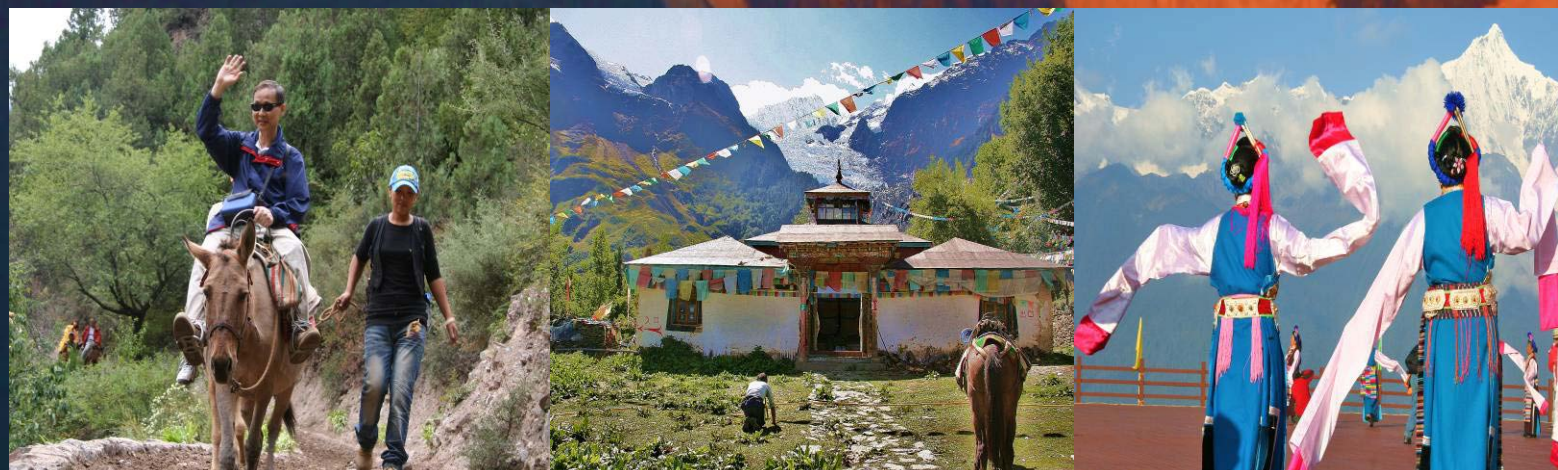


TURISME I DEQIN COUNTY

En casestudie av turisme og lokal utvikling i et tibetansk fjellandskap i sørvestlige Kina



Forside: Kawagebo, Meili Snow Mountain
Hesteturisme, Mingyong Village
Lotus Temple, Mingyong Village
Åpningsseremoni Meili Snow Mountain National Park, oktober 2009
Foto: Snorre Waage, 2009

Masteroppgave i Samfunnsgeografi, ved Institutt for Sosiologi og Samfunnsgeografi.

UNIVERSITETET I OSLO, mai 2010



TURISME I DEQIN COUNTY

En casestudie av turisme og lokal utvikling i et tibetansk fjellandskap i sørvestlige Kina

Av Snorre Waage

Forord

Det kan være utfordrende å skifte universitet midt i utdanningen. Det gode studentmiljøet som møtte meg her ved Institutt for Sosiologi og Samfunnsgeografi, har bidratt til to fine år på etasjen. Takk til dere alle!

Men det er mange som har bidratt til denne oppgaven, og følgelig er det flere jeg vil takke. Først og fremst ønsker jeg å takke min hovedveileder Hege Merete Knutsen, ved Universitetet i Oslo. En masterstudent kan ikke be om en bedre veileder. Min biveileder Asgeir Skålholt, forsker ved Østlandsforskning, fortjener også takk for gode veiledninger, tips og konstruktive diskusjoner.

En stor takk må også rettes til Professor Emiretus Gunnar Håland fra Universitetet i Bergen. Det var han som vekket min interesse for dette forskningsfeltet, da jeg var utvekslingsstudent i Kina høsten 2007. Han gav meg også gode råd og faglige innspill under mitt feltarbeid i Deqin County. Jeg vil også takke Tashi Nyima ved PRIO, for gode tips i forkant av feltarbeidet. Den største takken må imidlertid gå til min venn Zhou Xin, som var min tolk under hele feltarbeidet. Hans utrettelige pågangsmot og sosiale smidighet har vært et viktig bidrag til denne masteroppgaven.

Til slutt vil jeg også takke familie og venner, for oppmuntringer og positive innspill. Mamma og pappa, Jo og Øystein, mormor; dere har betydd mer enn dere selv er klar over.

TUSEN TAKK Line, for alt du har gjort og vært dette året, både faglig og ellers i hverdagen.

Snorre Waage

Oslo, våren 2010.

Innholdsfortegnelse

Forord	5
Figuroversikt	8
Forkortelser	9
1. INNLEDNING	10
1.1 Sted og folk i min studie.....	11
1.2 Valg av tema.....	13
1.3 Oppgavens oppbygning	15
2. TEORI	16
2.1 Akademiske tilnærminger til turisme	16
2.1.1 Etnisk turisme: turistens ønske om det ”ekte”	22
2.2 Autentisitet	23
2.3 Kommodifisering av steder	26
2.3.1 Promotering av sted.....	29
2.3.2 Kommodifisering av etnisitet: myter om etniske minoriteters kvinner og menn	31
2.4 Turisme som årsak til forandring	32
2.4.1 Påvirkning gjennom økonomisk aktivitet: Kommodifisering, private entreprenører og trickle-down effekter	32
2.4.2 Sosiokulturelle forandringer gjennom turisme	36
2.5 Oppsummering	39
3. METODE	40
3.1 Kvalitativ forskning.....	40
3.1.1 Forskningsdesign.....	41
3.1.2 Problemstillinger	42
3.1.3 Induktiv metode.....	43
3.2 Casestudier	43
3.2.1 Formål med casestudier.....	44
3.2.2 Min casestudie	45
3.3 Datainnsamling i felten	46
3.3.1 Informanter.....	47
3.3.2. Praktisk gjennomføring av intervjuer.....	48
3.3.3 Observasjon og dokumentanalyse	53

3.3.4	Utfordringer under feltarbeid	54
3.3.5	Posisjonalitet – Bare en vanlig turist?	55
3.4	Metodediskusjon	56
3.4.1	Overførbarhet	56
3.4.2	Bekreftbarhet	57
3.4.3	Troverdighet	58
4.	KONTEKST	59
4.1	Minzu – og det kinesiske nasjonaliseringsprosjekt	59
4.2	Administrative nivåer i Folkerepublikken Kina	63
4.3	Myndighetenes rolle i turistnæringen	64
5.	MYNDIGHETENES SATSING PÅ TURISME	68
5.1	Strategier for vekst i turistnæringen i Diqing TAP.....	69
5.2	Hvorfor og hvordan lokalmyndighetene i Deqin County satser på turisme	73
5.3	Promoteringsstrategier for turisme i Deqin County	77
5.3.1	Promotering av representasjoner	78
5.3.2	Kommodifisering gjennom Deqin Old Town.....	80
5.3.3	Turistenes ønske om ”autentisitet”	83
5.4	Lokalmyndighetenes syn på økonomisk og sosial utvikling i Deqin County	86
5.4.1	Entreprenøraktivitet vokser frem.....	88
5.4.2	Økonomisk vekst og sosioøkonomisk utvikling.....	90
5.5	Oppsummering: vekst, motivasjon og offentlige strategier.....	94
6.	EFFEKTER AV TURISME FOR LOKALBEFOLKNINGEN	95
6.1	Organisering av deltakelse i turistnæringen	95
6.1.1	Underleverandører	100
6.2	Lokalbefolkningens syn på økt velstand og lokal utvikling	102
6.3	Utvikling av ny arbeidsfordeling og nye kjønnsrollemønstre	105
6.4	Turismens påvirkning på etnisk identitet	107
6.4.1	Språk og klær.....	108
6.4.2	Religionsutøvelse	110
6.4.3	Tibetansk byggeskikk.....	113
6.4.4	Dans og sang	115
6.5	”Autentiske” tibetanske hjem.....	116

6.6 En arena for ivaretagelse av tibetansk kultur og identitet.....	117
7. KONKLUSJON.....	120
7.1 Overførbarhet	127
7.2 Avsluttende refleksjoner.....	128
7.3 Videre studier	129
8. REFERANSELISTE	131
Vedlegg 1. Kart Deqin County	134
Vedlegg 2. Summary in English.....	135
Vedlegg 3. Summary in Chinese	140
Vedlegg 4. Intervjuguider.....	142

Oppgavens lengde: 47 820 ord

Figuroversikt

Figur 1: Kart, Kina og Yunnan Provinsen, Studieområde.....	11
Figur 2: Bilde, Meili Snow Mountain	12
Figur 3: Bilde, Tibetanske pilegrimer	13
Figur 4: Bilde, Intervjusituasjon.....	52
Figur 5: Kart, Tibetanske områder.	62
Figur 6: Administrative nivåer i Kina	63
Figur 7: Etnisk befolkningssammensetning Deqin County 2008.....	64
Figur 8: Kart, Deqin Countys geografiske lokalisering.....	68
Figur 9: Vekst i antall turister til Deqin County	74
Figur 10: Bilder, Representasjoner av etniske minoriteter, Deqin County.....	79
Figur 11: Fotoillustrasjon over kommende Deqin Old Town	82
Figur 12: Modell, Kapitalflyt i Deqin County	87
Figur 13: Vekst i <i>personal businesses</i> i Diqing TAP.	89
Figur 14: % av vekst i BNP 2008 Deqin County	90
Figur 15: Vekst i antall hoteller, Feilai Si	103
Figur 16: Bilde, Kvinnelig hestefører.....	107
Figur 17: Bilde, Hest og hestefører ved Lotus Temple.	112
Figur 18: Bilde, "Et nytt gammelt hus", Feilai Si	115
Figur 19: Bilder, Dans og sang foran hellige fjell og Stupaer.....	119

© Alle bilder i denne oppgaven er tatt av Snorre Waage, under feltarbeid i Deqin County høsten 2009.

Forkortelser

- **CCP:** China Communist Party
- **CNY (Yuan):** Valuta i Kina (Gj.snitt 2009: 100 CNY = 91,95 Norske kroner ¹)
- **M.o.h.:** Meter over havet
- **NIC:** Newly Industrialized Country
- **PLA:** Peoples Liberation Army, Folkets Frigjøringshær
- **PRC:** Peoples Republic of China, Folkerepublikken Kina
- **TAP:** Tibetan Autonomous Prefecture
- **TAR:** Tibetan Autonomous Region (Tibet)
- **UNWTO** – United Nations World Tourism Organization

¹ Norges Bank: http://www.norges-bank.no/templates/article____26792.aspx. 05.04.2010:15.45

1. INNLEDNING

I denne oppgaven ser jeg på turistnæringen i et kinesisk område dominert av tibetansk befolkning. Stedet for studien er Deqin County, som er lokalisert i Yunnan provinsen i det sørvestlige Kina, på grensen til den Tibetanske Autonome Regionen (TAR). Bakgrunnen for å velge turisme som hovedfokus for å studere dette området er flerdelt. Området er nylig åpnet opp for turister, så turisme er fremdeles relativt nytt for lokalbefolkningen i studieområdet. Turisme er en industri i enorm vekst, som potensielt medfører store lokale forandringer. Det er per i dag også et begrenset antall studier som er gjennomført på turisme og dens konsekvenser i Deqin County. Med introduksjonen av turisme i et område som tidligere har hatt forholdsvis lite kontakt med omverden, kan man anta at den vil kunne medbringe økonomiske så vel som sosiokulturelle forandringer.

Som jeg vil ta for meg i teorikapittelet, eksisterer det forskjellige forståelser av hva turisme er, og hvilke konsekvenser turisme kan ha for folk og steder. Tilnærminger til turisme har forandret seg over tid, både i takt med turistnæringens utvikling og i tråd med nye forståelser innen academia. Derfor eksisterer det også forskjellige definisjoner på hva turisme er, og hva turismebegrepet innebærer. World Tourism Organization (UNWTO) benytter seg av følgende definisjon på turisme: *“The activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes”*². Dette innebærer at turisme ikke er avgrenset til ferieaktivitet, men omfatter en rekke aktiviteter tilknyttet reising. Turisme har vært en av verdens raskest voksende industrier de siste tiår, og moderne turisme er i følge UNWTO (1995) en viktig driver for sosioøkonomisk utvikling på globalt nivå.

Kinesiske myndigheter tillott ikke turister å besøke områder dominert av etniske minoritetsgrupper før på midten av 1980-tallet. I den senere tid har derimot turisme fått en stadig viktigere rolle i å utvikle økonomien i disse regionene, og på 1990-tallet ble turisme identifisert som *“a key to economic development in minority areas”* (Kolås 2008: 1). Særlig i nordlige Yunnan har turisme vokst frem som en svært viktig del av det økonomiske grunnlaget til både lokalbefolkning og lokale myndigheter. Inntil nylig var tømmer den viktigste ressursen i de fleste områder av nordlige Yunnan. Kommersiell tømmerhogst utgjorde 75 % av den årlige inntekten i Diqing Tibetan Autonomous Prefecture (hvor Deqin

² <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf> 04.02.10: 13:23 (United Nations World Tourism Organization, 1995: Collection of Tourism Expenditure Statistics, Technical Manual No. 2)

County er lokalisert) før den ble stoppet i 1998 (Kolås 2008). Dette året førte store mengder monsun regn til at Yangtze elven gikk over sine bredder. Millioner ble husløse og over 3000 mennesker omkom. Årsaken ble identifisert til å være overhogst av tømmer i de øvre områdene av Yangtze partiet, og allerede samme år innførte sentralmyndighetene i Beijing et forbud mot å drive tømmerhogst i disse områdene, inkludert i mitt studieområde.

Lokalmyndigheter ble tvunget til å se til alternative inntektskilder, og turisme ble trukket frem som et gunstig satsingsområde. Senere har turisme blitt et stadig viktigere aspekt i lokal økonomisk utvikling. Myndighetene spiller her en sentral rolle, men i takt med økt grad av privatisering av den kinesiske økonomien, har privataktører også begynt å satse på turisme. Dette gjelder både for tilreisende entreprenører og for den etniske lokalbefolkningen i Deqin County.



Figur 1: Kart Kina ³ og Kart Yunnan Provinsen, Studieområde ⁴

1.1 Sted og folk i min studie

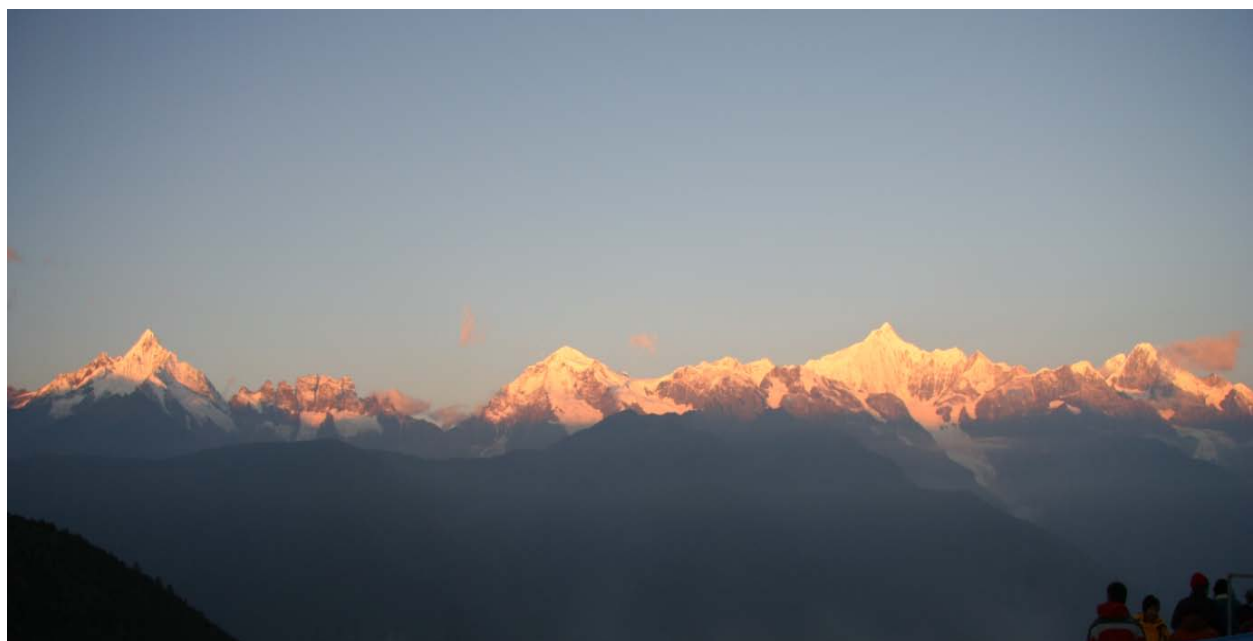
Deqin County er ett av tre countyer i Diqing Tibetan Autonomous Prefecture (TAP). De to øvrige er Shangrila County og Weixi Lisu Autonomous County. Deqin er det nordvestligste av disse områdene. Deqin County åpnet for turisme i 1998, og de siste årene har det vært et stadig større fokus på å utvikle turistnæringen i området. Ved siden av storslått og vakker natur, har tibetansk kultur blitt en sentral del av promoteringen av dette området, for nasjonale så vel som internasjonale turister. I den myteomspunne boken "Lost Horizon" fra 1933,

³ Kart Kina: www.leafgovso.co.uk/Yunnan_map.jpg

⁴ KartYunnan Provinsen: www.travelchinaguide.com (Rød sirkel er lagt til. Rødt punkt representerer Deqin County)

beskriver James Hilton et sted som for mange forbindes med ”paradis på jord”. Dette stedet kaller han ”Shangri-La”. Til tross for at dette er en fiktiv historie, oppstod det utover 1990-tallet en lengre tids kamp om den faktiske geografiske lokalisering av Hiltons ”Shangri-La”. I mai 2002 ble Zhongdian offisielt omdøpt til Shangrila (Xianggelila), og en ting ble fort tydelig: ”*Tourism entrepreneur in Diqing had made a commercial coup*” (Kolås 2008: Preface). Oppmerksomheten merkevaren ”Shangrila” tiltrekker seg, er også noe de øvrige områdene i nordlige Yunnan ønsker å benytte seg av, og ”The Great Shangrila Region” innebærer at også Deqin County kan ”smykke” seg med å tilhøre det mystiske og flotte stedet som beskrives i ”The Lost Horizon”.

Omtrent 80 % av befolkningen i Deqin County er tibetansk. Det administrative sentrum, Deqin City, er lokalisert i en liten dal på ca. 3200 m.o.h. Tibetanerne er buddhister, og Deqin County er også et svært viktig område for tibetansk buddhisme. Meili Snow Mountain (Meili Xueshan) er områdets viktigste turistattraksjon. Meili består av 13 snødekte fjelltopper, hvor den høyeste, *Kawagebo* (Khawa Karpo 6740 m.o.h.), er det helligste av alle de hellige fjellene i tibetansk buddhisme. Det flotte fjellandskapet trekker mange reisende fra både inn og utland, men i enda større grad er det en viktig pilegrimsdestinasjon for tibetanere. Daglig kommer tilreisende pilegrimer fra nær og fjern, som ber sine bønner og fyrer opp sin hellige ild. Pilegrimene, som også kan regnes som turister (Gladstone 2005), blir selv en turistattraksjon for tilreisende med interesse for tibetansk kultur og identitet.



Figur 2: Meili Snow Mountain



Figur 3: Tibetanske pilegrimer, Feilai Si

1.2 Valg av tema

”Yunnan is a unique place for the study of tourism due to the richness of natural and ethnic resources” (Tan 2001: 13).

Yunnan provinsen er rik på etniske grupper. I Yunnan finner man 25 av Kinas 56 etniske folkegrupper. Dette gjør Yunnan til et ”eksotisk” reisemål for turister, samt et spennende sted å studere etnisk turisme. Etnisk turisme beskrives som turisme hvor representasjoner av etniske grupper, særlig innfødte minoriteter, spiller en viktig rolle. Tan (2001: 2) utdyper med at *”Tourists from urban centers and the industrialized West – that is, from the ”civilized” world – desire to see others who are culturally different, preferably ”primitive” and exotic indigenous peoples”*.

Turisme er beskrevet som verdens største internasjonale industri ⁵. Turisme har blitt et viktig internasjonalt bidrag til global økonomisk integrering, og er også en viktig inngangsport til økonomisk vekst og lokal utvikling en rekke marginaliserte steder (Tan 2001). Tan trekker frem Diqing TAP for å være et område hvor myndighetene vektlegger turisme som utviklingsstrategi. Ifølge Todaro og Smith (2003: 17) må *utvikling* forstås som: *“[...] a multidimensional process involving major changes in social structures, popular attitudes, and national institutions, as well as the acceleration of economic growth”*. Ifølge Kolås (2008)

⁵ Noe den har vært det siden 1994 da den gikk forbi olje og bilindustrien (Johnston et al 2000).

anser kinesiske myndigheter både nasjonal og internasjonal turisme å være en viktig faktor for å utvikle perifere lokaløkonomier. Turisme kan bidra til lokal økonomisk utvikling, og samtidig være en arena hvor minoritetsgrupper kan dyrke sine tradisjoner og promotere sin kultur ved å representere deres etniske identitet.

Jeg vil i denne oppgaven ta for meg hva som ligger bak satsingen på turisme i Deqin County. Jeg vil også se på konsekvenser av turisme; hvordan turisme påvirker steder og folkene som er en del av disse stedene. Som en del av dette vil jeg også ta for meg hvordan befolkningen selv er i stand til å utnytte mulighetene som turisme gir. Jeg er interessert i hvordan dette utspiller seg i form av økonomisk utvikling og hvordan dette kan gjøre utslag i sosiokulturelle praksiser i Deqin County. For å nærme meg dette har jeg følgende to problemstillinger:

1. *Hvorfor satses det på turisme i Deqin County, og hvordan promoterer denne turismen?*
2. *Hvilke økonomiske og sosiokulturelle effekter har turisme for lokalbefolkningen i Deqin County?*

Med den første problemstillingen ønsker jeg å finne ut *hvorfor* myndigheten velger turisme for å skape økonomisk vekst og lokal utvikling. Det er da interessant å se på hvilken motivasjon som ligger bak deres satsing på turisme, og hva myndighetene forventer denne satsingen vil kunne føre til. Jeg vil her også ta for meg *hvordan* utviklingen av turistnæringen foregår, og hvilke strategier som legges til grunn for videre vekst i næringen.

Befolkningen er i stor grad bestående av etniske minoriteter, med tibetanere i stor overvekt i Deqin County. Bidrar dette til at tibetansk kultur og identitet er et vesentlig innslag i turistnæringen? *Director of Tourism Bureaucracy* i Shangrila forteller følgende:

På den ene siden vil vi at alle tibetanere skal kunne ta del i den økonomiske veksten som turisme medfører. På den andre siden kan turisme bidra til å gjøre den tibetanske lokalbefolkning mer bevisst på våre flotte tradisjoner og kultur, samtidig som vi kan vise oss frem for verden. Tibetanere og tibetansk kultur er viktig for turismen.

Her synliggjøres forventninger om at turisme skal medbringe positive økonomiske effekter som de håper vil fordeles blant befolkningen. Turisme trekkes også frem som en arena som kan bidra til økt fokus på kulturelle aspekter ved den tibetanske kultur og identitet, og som

kan promoteres for et marked av turister. Sitatet kan forstås som at turisme vil kunne bidra til både økonomisk og sosiokulturell utvikling.

Turisme er kommet for å bli, og den ønskes velkommen av mange. Men det er mye litteratur som er kritisk til den globale turismens utfall. I min teoretiske tilnærming vil jeg belyse forskjellige tilnærminger til turisme, og benytte meg av teori som kan gi et godt diskusjonsgrunnlag for de empiriske funn jeg gjorde under mitt feltarbeid. Jeg har funnet det mest hensiktsmessig å benytte meg av en kvalitativ metodologisk tilnærming, som innebærer intervjuer med forskjellige aktører innen turistnæringen, myndigheter og øvrige medlemmer av lokalbefolkninger i mitt studieområde, samt observasjon og dokumentanalyse. For å få en bedre forståelse av turistaktiviteten i Deqin County har jeg tatt for meg flere fokusområder. Dette innebærer det administrative sentrum Deqin City, samt fem mindre landsbyer som på hver sin måte har et forhold til turistnæringen. Disse landsbyene er Feilai Si Village, Mingyong Village, Yubeng Village, Xidang Village og Cizhong Village. Hver av disse landsbyene er valgt med bakgrunn i deres involvering, eller fravær av involvering, i turistnæringen. Jeg vil beskrive mine fokusområder senere i oppgaven.

1.3 Oppgavens oppbygning

I kapittel 2. vil jeg ta for meg teoretiske perspektiver på turisme. Jeg ønsker å belyse forskjellige tilnærminger til turisme, og se hvordan dette også har utviklet seg over tid. Begreper som kommodifisering og autenticitet vil stå sentralt i dette kapittelet. Jeg vil også fokusere på teoretiske tilnærminger til mulige økonomiske og sosiokulturelle effekter av turisme. Deretter vil jeg presentere mine metodiske valg og refleksjoner i kapittel 3. I kapittel 4. som er mitt kontekstkapittel, ser jeg på forholdet mellom han-majoritet og etniske minoriteter i Kina, samt kinesiske myndigheters viktige rolle i utviklingen av en turistnæring. Etter kontekstkapittelet begynner min analyse. Da vil jeg i kapittel 5. drøfte mine empiriske funn knyttet til hvorfor det satses på turisme i Deqin County og promotering av turistnæringen. Deretter vil jeg i kapittel 6. ta for meg mulige økonomiske og sosiokulturelle effekter for lokalbefolkningen i Deqin County. Konklusjonen kommer i kapittel 7. hvor jeg vil besvare mine problemstillinger.

2. TEORI

Turisme er et fenomen som innebærer en rekke forskjellige samfunnsmessige forhold. Crick (i Nash 1996: 8) påpeker at forskning på turismefeltet må utføres fra forskjellige hold, grunnet det ”*multidisciplinary nature of the field*”. Det å bevege seg i et tverrfaglig akademisk felt vil styrke forståelsen av det fenomenet en studerer. Ifølge Nash (1996) var geografifaget først ute med å ta turisme opp som et forskningsfelt, så jeg befinner meg i en lang samfunnsgeografisk tradisjon.

Jeg vil først i teorikapittelet se på hvordan begrepet turisme forstås akademisk. Jeg vil starte med sentrale forfattere som MacCannell (1973, 1976, 1992) og Urry (1990), og videre supplere med andre og nyere tilnærminger til turisme. Deretter vil jeg ta for meg to begrep som er sentrale i min tilnærming til turisme; autentisitet og kommodifisering. Disse begrepene beskriver prosesser jeg kunne observere i mitt studieområde. I forbindelse med dette vil jeg også diskutere teori knyttet til *etnisk turisme* og promoteringsstrategier som kan bidra til å belyse mine empiriske funn. I sammenheng med min andre problemstilling, vil teori som kan belyse virkninger av turisme vektlegges. Jeg vil her benytte meg av teorier som kan belyse hvilke prosesser som forekommer, både når det gjelder økonomiske og sosiokulturelle effekter av turisme.

2.1 Akademiske tilnærminger til turisme

I følge Pearce (i Johnston et al. 2000: 841) har geografifagets tilnærming til turisme vært fokusert rundt fire fenomener og sammenhengen mellom disse: *stedene* folk reiser fra, besøker eller passerer; *folkene* som reiser; de som *organiserer* turistaktiviteten; og *menneskene* som kommer i kontakt med turistene. Kritikere hevder at samfunnsgeografiens teoretisering av turisme i større grad også burde fokusere på sosiale praksiser som er involvert i turistindustrien, og hvordan turiststeder blir produsert, representert og konsumert. Ifølge Williams (2009) er turisme et fenomen som berører kjerneområdene i samfunnsgeografien, og er derfor et viktig studieområde for samfunnsgeografer:

Tourism is an intensely geographic phenomenon. If we view human geography as being concerned essentially with the patterns and consequences of the economic, social, cultural and political relationships between people, and between people and the spaces and places that comprise their environment, then the annual migration of millions of travelers worldwide within the activity that we label as ‘tourism’ is a process that human geographers should not ignore. (Williams 2009: 3)

Johnston et al. (2000) påpeker at geografifagets tilnærming til turisme har utviklet seg til å i større grad lene seg på bidrag fra sosiologer som MacCannell og Urry. MacCannell har vært en viktig bidragsyter innen turismelitteraturen, og var tidlig med å prege den teoretiske diskusjonen knyttet til turisme, som var økende utover 1980-tallet og særlig 1990-tallet med den ”kulturelle vendingen” (Johnston et al 2000). MacCannell (1976) beskriver ”*Turisten*” som en person på reise for å oppleve en form for ”annerledeshet” og en form for flukt fra ens normale hverdag. Han baserer turisme på møtet mellom det tradisjonelle og det moderne, og lengselen etter det tradisjonelle som oppstår i det moderne samfunn.⁶ MacCannell er kritisk til turismens effekter, men uttrykker at det også finnes positive sider ved turisme. Han viser til hvordan samarbeid mellom for eksempel Masai-folket i Kenya og vestlige aktører kan være økonomisk gunstig for begge parter (MacCannell 1992). Altså at det å involvere seg i turistnæringen er en måte å skape lokal utvikling på, gjennom økonomisk vekst. Han skrev i sin bok *Empty Meeting Grounds* i 1992 at hvis en internasjonal bransje kan profitere på *“thematizing and marketing ‘nature’, a logical next step would be the marketing of ‘savages’, the imagined inhabitants of ‘unspoiled’ nature”* (1992: 19). Videre understreker også MacCannell at ved at lokale, eller de ”primitive”, nå kan leve av å være seg selv, gjør at de i større grad kan ivareta kultur og tradisjoner, enn dersom de ville involvert seg i andre næringer enn turisme. Her foreslår MacCannell at såkalte ”primitive folkeslag” og deres kultur, vil bli en etterspurt vare av et voksende internasjonalt marked. Og til tross for sin skepsis til turisme, påpeker altså MacCannell at et folks kulturelle grunnlag bedre ivaretas gjennom involvering i turistnæringen; *“... allow primitives to adapt and co-exist, to earn a living just by ‘being themselves’, permitting them to avoid the kind of work in factories or as agricultural laborers that changes their lives forever”* (1992: 19).

Videre er han likevel kritisk til møtet mellom turister og lokalbefolkningen, som han beskriver som en ”forestilling” fra lokalbefolkningens side (MacCannell 1992).

Lokalbefolkningens ”hybridisering av kultur”, altså kombinasjonen av en moderne rasjonell økonomisk tankegang, kombinert med kulturelle bidrag fra deres historiske og etniske bakgrunn, representerer kun fragmenter av det originale. MacCannell uttrykker sin skepsis i ”varen” som leveres, da denne er en iscenesatt kulturell forestilling som bare representerer deler av det som kan hevdes å være deres kulturelle bakteppe. En slik ”forestilling” for turister er hovedsakelig motivert av, og basert på økonomiske prinsipper, ifølge MacCannell.

⁶ Jeg nevner dette for å belyse det generelle fokuset MacCannell med flere har på turisme. Jeg vil ikke gå inn i utviklingsteoriens moderniseringsdebatt, selv om det er viktig å være klar over den.

På dette området bemerker MacCannell at turisme har iboende positive potensialiteter for de involverte. Men han er grunnleggende kritisk til det økonomiske aspektet i seg selv, og hvordan turisme er en ny måte å fremme dette globalt:

The destruction of savagery and nature is associated with the spread of capitalism, (...) now in the form of tourism. (...). I have long been suspicious that advanced capitalism alone could not possibly accomplish the massive destruction of nature and the human spirit that is now occurring in its name (MacCannell 1992: 18).

MacCannell (1992) beskriver bakgrunnen for turisme som at møtet mellom turisten og “den andre” er basert på en delt utopisk visjon om muligheten for profitt uten at noe må ofres eller går tapt på veien. Han mener dette er en umulighet, da det er en fornektelse av sammenhengen mellom profitt og utnyttelse. For turistnæringens aktører er det ”primitive” eller ”autentiske” ved en turistdestinasjon en ressurs, da det er en etterspurt vare blant turister (MacCannell 1992).

John Urry er en annen viktig teoretiker innen den fremvoksende turismelitteraturen på 1980- og 90-tallet. I 1990 skrev Urry boken ”The Tourist Gaze”⁷, hvor han utpeker grunnleggende trekk ved turisme og turister. Han fremhever at “*tourism, holiday-making and travel are more significant social phenomena than most commentators have considered*” (Urry 1990: 2). I boken forteller Urry at en av hans hovedmotivasjoner for å lære mer om turisme, er at gjennom å forstå hvorfor folk reiser, kan man også få en bedre forståelse av sosiale relasjoner utenfor turistaktiviteten, som vanlige sosiale praksiser på stedet folk vil kalle “hjemme”. Dette ligger tett opp mot nettopp det han definerer som det grunnleggende målet med å være turist, som innebærer å oppsøke det motsatte av ens hverdag:

Tourism is a leisure activity which presupposes its opposite, namely regulated and organised work. [Tourism] necessarily involves some movement through space, that is the journey, and a period of stay in a new place or places. (Urry 1990: 2)

Her knytter altså Urry begrepet ”turisme” i stor grad til det faktum at man forflytter seg fra et sted til et annet, og da mer spesifikt at man beveger seg ut av dagliglivets rutinepregede oppgaver, og over i en sfære som representerer det motsatte av dette. Woods (2005) viser til hvordan Urry gjennom å beskrive “tourist gaze” fokuserer på turisme som en prosess der man ser, erfarer, forstår og representerer *sted* som noe annerledes enn den vanlige og trivielle hverdagen. Men hva er så ”the tourist gaze”? Urry understreker at ”tourist gaze” er et

⁷ Gaze kan oversettes med *blikk* eller å *kikke*.

fenomen som ikke kan knyttes direkte til sted, folk eller tid, men sier likevel at det er visse likheter man ikke kommer utenom når man skal definere konseptet 'turisme' og 'tourist gaze';

There is no tourist gaze as such. It varies by society, by social group and by historical period. Such gazes are constructed through difference. By this I mean not merely that there is no universal experience which is true for all tourists at all times. Rather the gaze in any historical period is constructed in relationship to its opposite, to non-tourist forms of social experience and consciousness. (Urry 1990: 1)

Når det kommer til hvordan man velger reisemål, forklarer Urry dette ved at steder som oppsøkes velges ut ifra den reisendes forventninger til det stedet hun eller han oppsøker. Disse forventningen mener han igjen er konstruert og vedlikeholdt gjennom en rekke sosiale praksiser som filmer, litteratur, TV-programmer, reklame m.m., som konstruerer og forsterker "that gaze" (Urry 1990). Urry understreker at turisme er grunnleggende knyttet til å oppsøke noe som er annerledes, og at det er forskjellige faktorer som er med på å konstruere og styrke hva som er attraktive reisemål.

I følge Johnston et al. (2000) er en generell oppfatning at det finnes to typer turister; "masseturisten" som søker underholdning og opplevelse uten at *stedet* som oppsøkes er et mål i seg selv, og turisten som bevisst søker vekk fra masseturismens destinasjoner. Den sistnevnte typen turister har et mer bevisst forhold til stedet og folkene på dette stedet, og er ofte på søken etter det de vil kalle "autentisk". Denne gruppen turister ansees for å være mer bevisste og imøtekomende ovenfor stedene de oppsøker, og har en mer positiv konnotasjon i turismelitteraturen (Urry 1990, MacCannell 1992, Smith 1998, Johnston et al. 2000, Woods 2005). Men turisme er ikke et statisk fenomen, og turistenes behov og ønsker blir også forandret over tid. Det vokser stadig frem nye nisjer, og den senere tid har det vært en stor fremvekst innen såkalt "alternativ turisme", som inkluderer blant annet etnisk turisme og økologisk turisme (Lanfant 1995). Disse turistene er ikke en del av den vanlige "masseturismen", og ser på seg selv som "uavhengige reisende". Dette betyr at de ikke er en del av et organisert reiseopplegg, og at de selv bestiller sine reiser, velger ut sine reisemål og hvor de skal spise og sove. I følge Smith (1989) er dette personer som:

(...) seek either to (1) get away from the tourist crowds, or (2) heighten the excitement of their vacation by doing something beyond the norm. In general, they adapt well, and "put up with" the simple accommodations and services provided for the occasional tourist. (Smith 1989: 12)

Slike selvstendig reisende har en tendens til å se på seg selv som mindre utnyttende (skadelig) ovenfor de stedene de oppsøker, enn det de mener den typiske masseturisten er. Dette vil jeg

utfordre i min analyse. I analysekapittel 5.3.3 vil jeg diskutere om det finnes klare grenser mellom de forskjellige kategoriene turister, og se om ikke en rekke reisende kan kvalifisere til å plasseres i begge kategoriene.

Gjennom globalisering av turisme har man fått en såkalt ”industriell standardisering” (Johnston et al. 2000), som paradoksalt nok gjør steder turister oppsøker likere, til tross for at vi ofte reiser for nettopp å oppleve det motsatte. At økt turisme i et område ofte skaper likere steder, er et resultat av at turistdestinasjoner tilpasser seg det de forventer at turistene ønsker (MacCannell 1976, Urry 1990). Dette vil jeg komme tilbake til når jeg diskuterer promotering og kopieringsstrategier. Johnston et al. (2000) linker dette til ”placelessness”, som innebærer at slike steder kunne vært hvor som helst; flyplasser, hoteller, fornøylesparker, etniske minoritetsparker, ”old towns” m.m. Ironisk nok forbinder vi alle de overnevnte stedene med reise, eller turisme. Det kan med andre ord hevdes at turisme i mange tilfeller har utviklet seg vekk fra det som var det opprinnelige motiv, nemlig å oppsøke en ”annerledeshet” (MacCannell 1976, 1992, Urry 1990), og over til å oppsøke steder som *oppfattes* å være forskjellige og særegne, men i virkeligheten kan beskrives av begrepet ”placelessness”. Dette teoribidraget er også relevant i diskusjonen om hvordan turisme promotes.

Det er tydelig at turistaktivitet på en eller annen måte vil påvirke menneskene som er involvert. Om turisme er positivt eller negativt for lokalbefolkningen er derfor et tilbakevendende spørsmål innen turismelitteraturen, som om turisme er en god utviklingsstrategi, eller hvem turistnæringen kommer til gode. Dette er tema også jeg vil berøre i denne oppgaven. Tilnærmingene innen academia har vært både positive og negative til turisme. Det kan synes at det vanligste fokuset har båret preg av negative aspekter som skjev fordeling av økonomisk velstand samt kulturell stereotypifisering og kommodifisering. Nash (1996) påpeker at lokal sosiokulturell og miljømessig påvirkning avhenger av hvilken type turisme det er snakk om. Det er vanlig å tenke på turisme som ”masseturisme”, siden dette er den mest utbredte formen for reising, til tross for at “... *there are many forms of tourism, each of which may be more or less sustainable for host peoples*” (Nash 1996: 23). Samtidig understreker han at “*with the introduction of tourism or any other new cultural element into a host society, certain forces are set in motion which lead to changes in the host people’s way of life*” (Nash 1996: 24). Dette innebærer at turisme er et komplekst fenomen, som grunnet sine forskjellige former og praksiser også vil gi forskjellige effekter, men at lokalsamfunnet uansett på en eller annen måte vil påvirkes, og dermed forandres.

Turisme vil unektelig påvirke et lokalsamfunn som lar seg involvere i denne aktiviteten, men er det gitt at enhver forandring er negativ? Og kan forandringen turisme medfører i noen tilfeller gjøre at lokalsamfunnet får et fornyet fokus på lokal identitet? Nash (1996) viser til at det ikke bare eksisterer litteratur bygget på det han kaller turistimperialisme, men at det også eksisterer tilnærminger hvor lokalbefolkninger (host cultures) spiller en aktiv rolle i utviklingen av turisme. Han sier det er viktig å påpeke at denne stemmen også finnes, da det er vanlig med ”... *easy notions of touristic imperialism among anthropologists and others who may tend to think of hosts as passive objects of outside touristic forces.*” (Nash 1996: 91). Her synliggjøres to tilbakevendende tilnærminger, hvor det på den ene siden legges vekt på hvordan turisme er en negativt påvirkende kraft som ødelegger en passiv og lite responsiv lokalkultur. På den andre siden eksisterer det også tilnærminger hvor lokalbefolkningers evne til å ta aktive valg i både utvikling og utforming av turistnæringen kommer til syne og hvor turisme benyttes til lokal utvikling.

Tan (2001) påpeker at nyere studier av turisme har et fokus på viktige aspekter som kulturell forandring, utvikling, etnisitet, globalisering, lokalisering, identitet og representasjoner. Mye av dette står også sentralt i tidligere litteratur. En forskjell mellom den tidligere turismelitteraturen og nyere akademisk litteratur på feltet, er at man på 1970-, 1980- og 1990-tallet nærmest måtte legitimere ovenfor leseren at turisme var et relevant og aktuelt felt å studere. I dag er det en bred akademisk aksept for dette. Begreper som autenticitet, kommodifisering og representasjon brukes i nyere litteratur med den største selvfølgelighet (Tan 2001, Woods 2005, Henderson og Weisgrau 2007, Kolås 2008, Williams 2009). Begrepene vil jeg diskutere senere i teorikapittelet.

Edensor (i Henderson og Weisgrau 2007) skriver at i takt med at både turisme og vår forståelse av de prosessene som foregår har utviklet seg, har også den akademiske tilnærmingen vært nødt til å fornye seg. Han trekker da frem hvordan et bredere teoretisk rammeverk som blant annet postmodernitet, globalisering og politisk økonomi, stadig har vunnet terreng i akademisk arbeid på turisme. Turisme er heller ikke begrenset til å kun omfatte den stereotype moderniserte middelklassen, som blant andre MacCannell (1976) beskriver. I kontrast til beskrivelser av hvordan turisme fører til ”placelessness”, understreker Edensor at nyere turismelitteratur i større grad enn tidligere fokuserer på det *særegne* ved steder og folk som er involvert i turisme, og unngår dermed ”*the over-general conceptions of tourism*” (i Henderson og Weisgrau 2007: XVI). Denne utviklingen passer bra inn i

geografifagets utvikling, som også har hatt økt interesse for studier på mikronivå (Skålholt 2006), hvor også min studie kan plasseres.

2.1.1 Etnisk turisme: turistens ønske om det ”ekte”

Innen *etnisk turisme* kan kultur presenteres for turister på forskjellige måter, alt etter hvilket publikum som skal underholdes eller tiltrekkes. Visse representasjoner er tiltrekkende for utenlandske turister, mens andre representasjoner er mer forlokkende på nasjonale turister. Representasjoner kan forstås som et sett med praksiser som konstituerer og kommuniserer mening. Johnston (et al. 2000: 703) understreker at *”representational practices produce and circulate meanings among members of social groups and these meanings can be defined as culture”*. Ifølge Tan (2001: 5) forekommer det at forskjellige representasjoner blandes for å gjøre et sted eller folk attraktivt for både nasjonal og internasjonal turisme, som fører til *”... the interesting issue of the reproduction and refashioning of culture for tourists”*. Det blir dermed vanskelig å ikke se etnisk og kulturell turisme i lys av begreper som autentisitet og kommodifisering, som jeg vil ta for meg om litt.

Som jeg har vært inne på tidligere, har noe av kritikken rettet mot turistindustrien vært at lokal kultur og identitet påvirkes og gradvis utviskes gjennom kontakt med turister. At møtet mellom forskjellige kulturer vil medføre forandringer, er klart, men kultur er et komplekst begrep som kan være vanskelig å definere. Kolås og Thowsen (2005) viser til to historisk dominerende forståelser av kulturbegrepet, hvor den ene har vært knyttet til en gruppe menneskers levesett og deres generelle væremåte. Den andre forståelsen knytter kultur til en gruppe menneskers måte å uttrykke og promotere egen identitet på, gjennom blant annet språk, litteratur, religiøse seremonier, arkitektur, sang og dans. De understreker at i nyere samfunnsvitenskap har oppfattelsen av enkle relasjoner mellom kultur og samfunn blitt utfordret, og forståelsen av kultur *”(...) has evolved from something shared, or ”public”, to something contested, or ”unequally distributed”, and constructed, or invented”* (Kolås og Thowsen 2005: 7). Ifølge Tan (2001: 15) er kultur konstant under forandring, uavhengig av involvering i turisme eller ikke, og han hevder at *”(...) changes brought about or speeded up by tourism are better seen as part of the overall dynamics of culture”*. Han mener turisme er en agent for forandring og modernisering, men påpeker at dersom det ikke er turisme, vil det uansett være andre eksterne krefter som påvirker og dermed forandrer kultur. Tan påpeker, med støtte i Oakes (1998), at etniske minoriteter ikke er passive aktører som lar seg overkjøre av stat og turistindustri, men at de er aktive agenter for en turisme som kommer dem selv til gode:

Instead of seeing people as passive victims of tourism and modernization, [we can] see them as actively engaged in modernization via tourism, in spaces where people “*confront the forces of modernization and turn them into something meaningful*” (Oakes 1998: 229 i Tan 2001: 17).

Lokalbefolkninger legger press på lokalmyndigheter for å få utviklet infrastruktur, som elektrisitet og veinett, og er aktive i rekonstruksjonen av deres egen kultur for å tiltrekke seg turister. Utbedret infrastruktur kommer i første omgang lokalbefolkningen til gode, men er unektelig også positivt for videre utvikling av en turistnæring, særlig i perifere områder som Deqin County. Jeg vil i mine analysekapitler illustrere hvordan infrastrukturell utvikling utgjør en viktig del av både lokal utvikling og utvikling av turisme i mitt studieområde.

2.2 Autentisitet

Det er ikke lett å definere hva som er ”autentisk”. Merriam-Webster ordbok beskriver ”autentisk” på følgende måte; “*Authentic implies being fully trustworthy as according with fact (...) it can also stress faithful imitation of an original*”⁸. Dette innebærer at det viser tilbake til noe *ekte* eller *virkelig*, noe som er originalt. Men det kan også åpne opp for å inkludere en rekonstruksjon av noe som oppfattes å være ”ekte”. Siden konseptet er abstrakt og noe vanskelig å definere, har det også vært forskjellige tilnærminger til ”autentisitet”.

Modernitet skaper en lengsel for noe forhistorisk, hvorpå MacCannell (1976) definerer turisten som en moderne person på søken etter noe mer autentisk enn det man finner i sin hjemlige hverdag. Ifølge MacCannell er et viktig trekk med turisme at man søker til “forhistoriske” steder for å etterkomme ens behov for autentisitet, og for å unnslippe den overflatiske og hektiske hverdagen hjemme. Urry (1990: 8) tolker MacCannell som at “*All tourists for MacCannell embody a quest for authenticity (...)*”. Urry stiller seg noe kritisk til dette, da han mener turistens motiv hovedsaklig ligger i å oppsøke noe som er *forskjellig* fra ens hverdag, og at dette ikke behøver å være ”autentisk”.

MacCannell (1976) hevder at folk fra den vestlige verden ofte har oppfattelsen av at desto nærmere naturen et folk og deres kultur er, desto mer autentisk er de. Jeg mener det viktigste med dette bidraget ikke er *hva* turistene mener er autentisk, men at autentisitet defineres av turistene selv. ”Autentisitet” for en turist er ikke nødvendigvis det ”ekte” eller det originale (i den grad noe i det hele tatt er det). Det er deres *oppfattelse* av hva som er ”ekte” som skaper forståelsen av autentisitet. Har det da egentlig noe for seg å spørre seg om ”kulturelle

⁸ <http://www.merriam-webster.com/dictionary/authentic>: 30.11.09: 16:20

produkter” for turister *virkelig* er autentiske? Det er i dag bred enighet om at ”kultur” er under stadig konstruksjon og utvikling (Tan 2001, Kolås og Thowsen 2005, Kolås 2008). Hvis steder, folk og deres væremåter er i konstant forandring, hvordan er det da mulig å bestemme hva som er ”ekte”, hva som er originalt? Jeg vil hevde at i en slik kontekst blir dette umulig, men blir da også autentisitetetsbegrepet overflødig? I tilknytning til turisme, og da særlig turisme basert på etnisitet og kultur, blir det ikke det. For som turister søker det, og selv er med på å skape det, blir ”autentisitet” også en attraktiv vare på turistmarkedet, og en ressurs for lokalbefolkninger og etniske minoriteter involvert i turisme. Det ”autentiske” er hva den reisende antar er ekte eller originalt, enten det er sted, folk eller deres kultur. Hvis man dermed forstår hva turisten antar er ”autentisk”, kan man skape etterspurte turistattraksjoner. Konstruksjon av steder som representerer dette, som for eksempel en bys ”Old Town”, kan være et eksempel på dette. Jeg vil i min analyse se til utviklingen av ”Deqin Old Town” for å illustrere hvordan steder som skal representere ”autentisitet” kan skapes og promoterer for å tiltrekke seg turister.

MacCannell (1973, 1976) har dratt paralleller mellom turisme og Goffmans ”front/back stage” som jeg vil beskrive under. MacCannells ”*staged authenticity*” baserer seg på Goffmans rammeverk, og tar for seg den reisende og dens motivasjon til å reise:

It is found that tourists try to enter back regions [stage] of the places they visit because these regions are associated with intimacy of relations and authenticity of experiences. It is also found that tourist settings are arranged to produce the impression that a back region has been entered even when this is not the case. (...) there is a series of special spaces designed to accommodate tourists and to support their beliefs in the authenticity of their experiences. (MacCannell 1973: 589)

I Erving Goffmans bok “*The Presentation of Self in Everyday Life*” fra 1959, argumenterer han for at interaksjon mellom mennesker foregår i en iscenesatt virkelighet. Han har en dramaturgisk tilnærming, hvor menneskers møte med andre mennesker sees på som en ”forestilling”. Forestillingen påvirkes også av omgivelsene og publikum. Goffman beskriver denne forestillingen som “*all the activity of an individual which occurs during a period marked by his continuous presence before a particular set of observers*” (Goffman 1959: 22). Han argumenterer for at folk er bevisst hvordan andre folk opplever dem, og at alle opptrer på en spesifikk måte for å oppleves slik en selv ønsker å fremstå. Interaksjonen blir slik et stykke, en iscenesatt forestilling mellom mennesker, grupper av mennesker og deres omgivelser.

Goffmans scener ('stages') refererer til settinger hvor individer med forskjellige roller og informasjon kan plasseres. De to viktigste scenene er *front-* og *backstage*. *Frontstage* er "*that part of the individual's performance which regularly functions in a general and fixed fashion to define the situation for those who observe the performance*" (Goffman 1959: 22). Her fokuserer han på at folk er kalkulerende mennesker som opptrer på en bestemt måte for å oppnå et spesifikt inntrykk hos observanten(e).

Sometimes the individual will act in a thoroughly calculating manner, expressing himself in a given way solely in order to give the kind of impression to others that is likely to evoke from them a specific response he is concerned to obtain. (Goffman 1959: 6)

Man forsøker her å presentere en "idealisert" versjon av frontstage, en versjon som er mer i tråd med det som den observerende personen *forventer* å oppleve, enn hvordan hans eller hennes adferd ville vært dersom hun eller han ikke var i kontakt med et publikum (Goffman 1959: 35). Goffman påpeker også at det er aspekter av "forestillingen" som bevisst undertrykkes og ikke kommer til uttrykk, for å opprettholde det ønskede målet med "forestillingen", eller møtet med andre mennesker. Like sikkert som at det finnes en frontstage, finnes det også en *backstage*, hvor den tilbakeholdte virkeligheten kommer til syne: "*A (...) backstage may be defined as a place, relative to a given performance, where the impression fostered by the performance is knowingly contradicted as a matter of course*" (Goffman 1959: 112). *Backstage* er hvor aktørene er tilstede, men uten et publikum. Her kan "skuespillerne" tre ut av sine karakterer uten frykt for å påvirke eller ødelegge forestillingen.

MacCannells (1976) tilnærming til turistens søken etter det autentiske, og et steds evne til å skape en opplevelse av dette, er bakgrunnen for hans "staged authenticity". Jeg mener MacCannells "staged authenticity" implisitt også støtter at det muligens er lokalt forankrede krefter som kan skape et sted som vil imøtekomme turistens forventninger. I følge Urry (1990: 9) vil utviklingen av de konstruerte turistattraksjonene avhenge av hvordan lokalbefolkningen responderer på turismens 'tourist gaze', og det kan fungere både som en forsvarsmekanisme mot turisme, og som en mulighet for å tjene penger på turistaktivitet.

Som jeg har vært inne på, finnes det forståelser av det autentiske som noe originalt eller "urørt". Dette er ofte et avsidesliggende område i harmoni med naturen, eller et folk med liten eller ingen kontakt med omverden. Dette synliggjør at det kan være en konflikt mellom en kommodifiseringsprosess og det "autentiske sted". Greenwood (1989) argumenterer for at når et folk, deres kultur eller et sted gjøres til en vare (commodity) på et turistmarked, eller en "betalt forestilling", mister det samtidig sin troverdighet som autentisk. Greenwood

problematiserer her konseptet "autentisitet" på en slik måte at etnisk turisme og "kulturelle forestillinger" vanskelig kan forstås som en bærekraftig næring. Hvis vi likevel aksepterer at autentisitet er et begrep som er mer enn levedyktig i en pragmatisk turismekontekst, vil jeg hevde at Greenwoods påstand går for langt. Siden turister selv er med på å definere autentisitet, vil kravene som stilles for hva som kvalifiserer som "autentisk" også variere.

Selv om autentisitet selges, er det likevel en konflikt mellom en "vare" og det "autentiske", mellom forestilling og hverdagslivet *backstage*. Desto mer en etnisk forestilling institusjonaliseres, desto fjernere vil det fremstå fra vår forståelse av autentisitet. Dersom man aksepterer noe "autentisk" å være noe som " (...) stress [a] faithful imitation of an original", er det lettere å akseptere at en rekonstruksjon av et sted eller et folks tradisjoner både kan selges som turistattraksjoner, og at det fremstilles som "autentisk". Autentisitet er et abstrakt begrep, og kan på mange måter minne om noe uoppnåelig, noe som forsvinner i samme øyeblikk som det oppdages. Men det er unektelig en etterspurt vare blant turister. Det er noe som ønskes, søkes og betales for. Akademia kan problematisere og forkynne eller forkaste begrepet, men som et redskap i turistnæringens verktøykasse, er det et viktig bidrag. Derfor skapes og reforhandles nye "autentiske" steder, skikker og aktiviteter for å følge en stadig voksende etterspørsel. Det er vanskelig å si om kommodifisering av autentisitet, som i seg selv er en motsetning, kommer lokalebefolkningen til gode, og eventuelt hvordan. Men Goffmans *backstage*, MacCannells *staged authenticity*, eller det turistene rett og slett kaller "ekte", er en ettertraktet vare blant turister.

2.3 Kommodifisering av steder

Jeg finner aspekter knyttet til kommodifisering å være nyttige for å forstå hvilke krefter som påvirker turisme, og i neste omgang hvilke effekter turisme kan ha for mitt caseområde. Kommodifisering er prosessen der *noe* blir til en *vare*, altså et objekt som kan selges eller kjøpes. Dette innebærer at det salgbare objektet blir et produkt som eksponeres for et marked av konsumenter, og det er motivert av muligheten for økonomisk profitt. Dette er selve meningen med å gjøre noe til en vare. Woods (2005) har følgende definisjon på kommodifisering;

When the value at which an object can be sold (its 'exchange value') exceeds its 'use value'. In other words, the object is valued for some cultural or aesthetic reason above its actual usefulness. When an object is commodified it becomes removed ('abstracted') from its use and from discussions about the need for it. (Woods 2005: 174)

Det er mye som kan omgjøres til en vare. Et eksempel kan være *kommodifisering av sted*, hvor man gjennom å bruke visse narrativer eller diskurser kan promotere et *sted* med bestemte egenskaper som gjør stedet attraktivt for turister. Stedet i seg selv blir da objektifisert, og eksponert for et marked av turister. I forbindelse med å skape narrativer av sted, benytter man seg gjerne av representasjoner av mennesker som bor eller oppholder seg på disse stedene. Det kan altså foregå *kommodifisering av etnisitet*, hvor etnisitet tilgjengeliggjøres for interesserte turister gjennom for eksempel klær, kunst, musikk og dans. Lokal kultur kan med andre ord bli et verktøy for å promotere et sted for turister, og kommodifiseres for å muliggjøre økonomisk vinning. Man kan også argumentere for at avsidesliggende områder blir mer tilgjengelig for turister grunnet en annen prosess; globalisering. Harvey (1989) beskriver globalisering som “time-space compression”, som antyder at geografiske avstander minskes og geografisk forflytning tar kortere tid enn tidligere på grunn av globalisering. Implisitt blir også områder som tidligere var utilgjengelige mer tilgjengelige. Han skriver “... *mass tourism [and] films made in spectacular locations, make a wide range of simulated or vicarious experiences of what the world contains available to many people*” (Harvey 1989: 293). Også Gladstone (2005: 1) vektlegger globalisering som en katalysator for turistnæringen: “*Fueled by declining transport costs and globalization of both business and cultural activities, tourism has grown rapidly, relative to other industries*”.

Gjennom å bruke aspekter fra steder for å promotere disse stedene til eksterne forbrukere, blir visse representasjoner tatt i bruk. Dette kan generere konflikt, særlig hvis representasjonene som presenteres ikke korrelerer med hvordan lokalbefolkningen ønsker å bli representert. Som i alle marked, må varen som selges være attraktiv for forbrukeren for at hun eller han skal ønske å kjøpe varen. Det samme konseptet gjelder for kommodifisering og promotering av steder eller folk på disse stedene. Det må være en salgbar vare, og som Woods (2005) argumenterer, blir representasjoner av et spesifikt sted ofte tilpasset for å etterkomme turistenes ønsker.

In order to market the countryside as a commodity, representations of the rural are fixed that belie the dynamism and diversity of rural society and space. Moreover, as marketing images are selected to correspond with the pre-existing expectations of consumers, the representations employed frequently owe more to myth than to the everyday lived experience of the place concerned, drawing on nostalgic ideas of the rural idyll. (Woods 2005: 184).

Som Woods her understreker, er et sted (eller folk på et sted) ikke nødvendigvis representert som det “virkelig” er (backstage), men det er tilpasset å imøtekomme konsumentenes

forventninger. Dette er også i tråd med Tans (2001) fokus på myter og nostalgi i forbindelse med promotering av sted.

Urry (1990) har også bidratt i diskusjonen om kommodifisering og turisme. Gjennom begrepet jeg har belyst tidligere, "tourist gaze", fokuserer Urry på hvordan turisme kan ha en transformativ effekt på et sted, da turiststeder skal kunne oppleves, forstås og representere noe annerledes enn turistenes daglige liv. Woods baserer seg på Urrys argumenter når han hevder at gjennom visse forventninger til et sted, kan turister påvirke og forandre stedet for å:

meet their preconceptions and expectations (...) and rural places are themselves packaged, marketed and even in some cases physically changed, in anticipation of the tourist gaze and in order to direct and exploit it. (Woods 2005: 173).

Det kan hevdes at Woods tilnærming tilsier at steder under påvirkning av turisme forandres av eksterne krefter, og ikke som et resultat av egne ønsker. I mange tilfeller blir representasjoner om sted også produsert lokalt, av lokalbefolkningen og lokale turistagenter, nettopp for å gjøre seg attraktiv og tiltrekke seg turister. De kan da skape en arena for erfaringer og opplevelser for turister, basert på deres egne ressurser, som natur og kultur. Dette kan sees i sammenheng med det Fløysand og Jakobsen (2007) hevder i deres tilnærming til rural restrukturering og utvikling, hvor en av de viktigste nyere forandringene er overgangen fra jordbruksbasert økonomi, til en økonomi basert på landsbygder som en form for vare. Mye av litteraturen jeg har presentert vil hevde at det er "outsiders" som kontrollerer merkevarebygging og promotering av rurale steder, hvorpå Fløysand og Jakobsen demonstrerer at produsentene av det rurale som en salgbar vare, altså kommodifiseringsprosessen, like gjerne kan være "insiders" fra det aktuelle området. Dette innebærer at lokalbefolkninger selv aktivt deltar i å forme for eksempel turistnæringen. Dette kan være gjennom promotering og presentasjon av etnisitet og kultur, eller tilgjengeliggjøring av aktiviteter som er attraktive for turister. Hovedessensen er at lokalbefolkningen selv har en stemme i utformingen av den turistnæringen som finner sted. Kolås (2008: 123) påpeker at "(...) tourism is seldom, if ever, driven completely by 'outsiders'", og anerkjenner med dette lokalbefolkningers mulighet til deltakelse i utformingen av turistnæringen.

Når sted kommodifiseres, er målet å gjøre det til en ettertraktet vare for turister. Jeg har tidligere vært inne på at "autentisitet" er en slik ettertraktet vare. Jeg mener vi i enkelte tilfeller kan snakke om "kommodifisering av autentisitet", selv om dette tilsynelatende kan virke som en motsigelse. Men dersom det fremstilles på en slik måte at turisten forstår stedet

og opplevelsen som ”autentisk”, til tross for en tilsynelatende ”staged authenticity”, vil dette kunne passere som ”ekte” og da altså aksepteres av turisten, om enn kommodifisert og iscenesatt.

Som vi har sett er det mange mekanismer involvert i kommodifiseringsprosesser av steder og folk, som kan gi forskjellige reaksjoner i møtet med turisme. Steder kan tilpasses og folk kan forandres. Gjennom mitt feltarbeid ønsker jeg å kunne si noe om hvordan slike prosesser utspiller seg, og hvilke effekter og konsekvenser dette har hatt. Woods (2005) presenterer følgende konsekvenser av kommodifisering av sted:

Large-scale tourism can create social, economic and environmental problems, including traffic congestion, footpath erosion, increased property prices, an over-dependence on seasonal employment and the tailoring of shops and services towards tourists' rather than residents' needs. Local residents may also feel that they are losing control over the identity of the place, and those involved in more traditional economic sectors such as farming may find that their interests are constrained by those of tourism or other consumptive practices. (Woods 2005: 184).

Dette er relevant for min andre problemstilling, som fokuserer på hvordan lokalsamfunnet påvirkes av den turistaktiviteten som finner sted. Er det virkelig dette vi kan forvente som et resultat av turisme? Her pekes det på fysiske negative konsekvenser av miljø og omgivelser. Her beskrives hvordan steder tilpasses turister, mens lokale frarøves deres tidligere muligheter og tilbud. Sitatet gjenspeiler en situasjon hvor lokalbefolkningen ikke har noen kontroll eller innflytelse på den utviklingen som skjer, men blir ”underlagt” turisme og fremstilles som tapere. Dette behøver ikke, som tidligere vist, å være tilfelle; lokalbefolkninger kan selv både initiere og profitere på turisme. Dette er selvfølgelig også kontekstavhengig; forskjellige steder har forskjellige ressurser og muligheter, kunnskap og ønsker. Det er også viktig å påpeke at Woods (2005) beskriver *mulige konsekvenser* av turisme, ikke hva som kan forventes av all storskalaturisme.

2.3.1 Promotering av sted

”Representation is the core of tourist promotion.” (Tan 2001: 3)

Kommodifisering av sted synliggjøres gjennom promotering. Tan understreker at de representasjonene man velger å vise turistene ikke nødvendigvis er ”ekte”, men at man tilpasser seg det turistene vil ha. Ifølge Urry (1990: 3) er *”The gaze constructed through signs, and tourism involves the collection of signs ”*. Han understreker også at aktører innen

turistnæringen stadig utvikler nye merkevarer knyttet til 'tourist gaze', for å gjøre reisemål attraktive for de reisende. Dette kan tolkes som at profesjonelle aktører i turistnæringen, som turoperatører og reiseselskaper, ønsker å konstruere og objektifisere ønskede reisemål og opplevelser for reisende, i den hensikt å tiltrekke seg turister. Foruten at "the tourist gaze" er hovedmotivasjonen bak personers ønske om å reise til et nytt sted, har det i følge Urry altså iboende krefter som kan være med på å utvikle og legge premisser for utforming av turistdestinasjoner, og påvirke de menneskene som bor der.

Hva turistene ønsker å oppleve på sine reiser blir dermed en kraft som kan påvirke steders utvikling, og kan bidra både til at steder fremhever sine særegenheter, og at de kopierer andre steders strategier som har vist seg å være vellykkede. Ønsket om å være en attraktiv turistdestinasjon skaper konkurranse mellom steder (Girard og Nijkamp 2009). Sosiologen Jessop (1996) hevder at når steder taper i en inter-urban konkurranse, i mitt tilfelle steders konkurranse om turistene, skyldes dette ofte at byer prøver å kopiere en annen bys suksessstrategi. Jessop baserer sitt teoretiske rammeverk på Schumpeter (1934 i Jessop 1996) og hans tilnærming til entreprenørskap som utgangspunktet for fornying og et steds evne til å gjøre seg attraktiv. Schumpeter definerte entreprenørskap ut ifra en tanke om at byer skal oppnå profitt gjennom innovasjoner som blir tilført markedet. Dette beskrives som *sterkt entreprenørskap*, og betyr å skape noe nytt og unikt fremfor å bygge på andres ideer eller vellykkede strategier. Jessop hevder at det er få steder som kvalifiserer til tittelen *sterkt entreprenørskap*. Dette begrunnes med at det er få byer som er orientert mot å etablere bærekraftige konkurransefortrinn gjennom økonomiske, politiske og sosiale innovasjoner. I stedet kopierer byer "suksessoppskrifter" fra andre byer. Det er en strategi som svært ofte fører til at byer i større grad blir like (Jessop 1996). Strategien kan dermed være en risikabel strategi med hensyn til stedets egenart, og kan også sees i sammenheng med det tidligere nevnte begrepet "placelessness". At steder blir så like i utforming og innhold at stedets identitet på mange måter uteblir. Også Harvey (1989: 295) understreker viktigheten av det særegne i konkurransen mellom steder: "*The active production of places with special qualities becomes an important stake in spatial competition between localities, cities, regions, and nations*". Han hevder at selv om økt "inter-place competition" burde lede til økt variasjon mellom steder, er det likevel en tendens til å skape steder og byer som i stor grad blir likere hverandre, fremfor å fokusere på egenart.

Tan (2001) understreker at promoteringsstrategier involverer en rekke aktører, som innebærer både produsenter og mottakere av de representasjonene som fremheves:

Different agencies, from state to private enterprises and the indigenous communities, may be involved in promoting tourism, and therefore in the business of representing particular kinds of exhibit (cultures, ethnic minorities) to different categories of tourists, especially domestic and foreign tourists (Tan 2001: 5).

Autentisitet fremstår som et viktig innslag når steder promoterer, men som Kolås (2008: 126) viser, blir også religiøse steder, som templer, hellige fjell og andre pilegrimsdestinasjoner, brukt som trekkplastre for turister; *"Tourism developers (...) use images of 'sacred ground' and 'holiness' to attract tourist"*. Dette er også et aspekt i promoteringen av steder jeg tar for meg i min casestudie.

2.3.2 Kommodifisering av etnisitet: myter om etniske minoriteters kvinner og menn

"All tourist agencies are involved in mystifying minority groups and cultures as fixed in exotic folkways" (Tan 2001: 14).

I kommodifisering og promotering av sted, står også menneskene på disse stedene sentralt. I denne studien tar jeg for meg et område hovedsakelig bestående av minoritetsbefolkning, og finner det derfor viktig å introdusere hvordan etnisitet kommodifiseres gjennom representasjoner og promotering.⁹ Etniske minoriteter i Kina blir ofte representert gjennom kvinnen. McKhann (1995: 44) viser til en *"feminization of peripheral peoples and the sexual erotization of non-Han women in Chinese popular culture"*. Slike representasjoner står i kontrast til de strengere tradisjonelle moralske kodene for han-kinesere, når det gjelder seksualitet. På den ene siden kan det argumenteres for at dette er en identitet som promoterer for å plassere etniske minoriteter i forhold til han-kinesere, og å tydeliggjøre han-majoriteten i et velutviklet og moderne lys (McKhann 1995). Da blir myter og representasjoner et ledd i å plassere etniske minoriteter i forhold til landets velutviklede majoritetsbefolkning. På den andre siden kan en slik promotering forstås som en lokal respons på hva som er attraktivt blant turister. Dersom en romantisk myte om vakre og eksotiske kvinner i harmoni med urørt natur er en etterspurt vare på et turistmarked, vil utvilsomt promotering av denne representasjonen kunne bidra til å gjøre et sted til en attraktiv turistdestinasjon. Dette er i tråd med hvordan minoriteter kan innta en aktiv rolle i møtet med nye og moderne muligheter (Oakes 1998), og utnytte de ressursene turisme byr på.

Tibetanere har verken blitt beskrevet som "levende fossiler" eller blitt feminisert eller erotifisert som andre kinesiske minoriteter (Haaland Udatert). Tibetanskhet representeres i

⁹ Jeg vil ta identifisering av etniske minoriteter i Kina ytterlige for meg i mitt kontekstkapittel.

større grad gjennom myter knyttet til et krigersk folkeslag, religion og hellig natur. Myten om den sterke og fryktløse mannen av fjellene er et eksempel på mystifisering av en folkegruppe. Uansett hvilke representasjoner som benyttes i promotering av minoriteter innen etnisk turisme, er det viktig å huske at: *“In tourism, myths are not only useful tales for tourists; they are also good for business”* (Tan 2001: 15).

2.4 Turisme som årsak til forandring

Jeg vil nå ta for meg teoretiske perspektiver som kan øke forståelsen av hvilke konsekvenser turisme kan få for steder. Ved min andre problemstilling vil jeg undersøke hvordan turisme påvirker økonomiske og sosiokulturelle forhold i Deqin County. For å kunne analysere mine funn på en hensiktsmessig måte vil jeg nå presentere teori som belyser forskjellige former for forandring. Jeg vil først ta for meg økonomiske utvikling, før jeg beveger meg over på teori knyttet til sosial og kulturell forandring. Teoretikere på området er både kritiske og positive til turismens påvirkningskraft, og jeg benytter meg av begge innfallsvinkler for best mulig å forstå kompleksiteten i de forandringsprosessene jeg har kunne observere.

2.4.1 Påvirkning gjennom økonomisk aktivitet: Kommodifisering, private entreprenører og trickle-down effekter

Kommodifisering står i dag som et sentralt begrep når vi omtaler hvordan stedet gjøres til en økonomisk ressurs i møtet med turisme. Greenwood (1989) er, foruten å være en sterk kritiker av hvordan turisme påvirker sted og kultur, også kritisk til fordeling av den økonomiske gevinsten som kan oppnås gjennom kommodifiseringsprosessen:

The massive alterations in the distribution of wealth and power that are brought about by tourism are paralleled by equally massive and perhaps equally destructive alterations in local culture. (...) culture brokers have appropriated facets of a life-style into the tourism package to help sales in the competitive market. (Greenwood 1989: 179).

For å holde oss til det økonomiske aspektet, følger også Kolås opp dette med å bekrefte at turisme kan bidra til økt økonomisk forskjell i et område preget av voksende turisme: *“(...) for the local distribution of wealth (...) – the income gap is widening, among villagers and between villagers and towns-people”* (Kolås 2008: 26). Dette er basert på hennes forskning i Shangrila, ikke langt unna mitt caseområde.

Greenwood (1989) opplever kommodifiseringsprosessen som en utnyttende aktivitet, hvor noen blir vinnere mens andre blir tapere. Dette er en tilnærming som også andre akademikere

har delt med ham (Urry 1990, MacCannell 1992). Som jeg har vist tidligere, har nyere litteratur på området en mer positiv tilnærming til kommodifisering og markedstilgjengeliggjøring av sted og kultur. Kolås (2008) stiller spørsmålsteget ved om kommodifisering utelukkende er bekymringsverdig, og hevder at gjennom riktig bruk av kulturelle ressurser, kan turisme like gjerne få positive utfall hos en lokalbefolkning, da det skaper nye økonomiske muligheter. Også Wall (2009) påpeker kommodifiseringens positive muligheter fremfor dens ødeleggende effekter:

[Commodification] is especially the case in tourism for tourism involves the packaging and sale of experiences. Commodification is often frowned upon. However, there is nothing wrong in this. In fact, if both individuals and communities were unable to benefit financially from tourism, they would be much less enthusiastic about participating in it. (Wall 2009: 32)

I stedet for å fokusere på de negative økonomiske effektene av turisme, er det nå også et fokus som synliggjør mulighetene i ressursene turisme imøtekommer. Ifølge Wall er turisme basert på kulturelle opplevelser ikke mulig uten kommodifisering, men han påpeker samtidig at det er viktig å være bevisst hvordan fordeling av ulemper og fordeler med kommodifisering distribueres blant de involverte aktørene. Han understreker at grunnen for at steder ønsker å tiltrekke seg turisme hovedsakelig grunnet i deres tro på at dette kan *"improve the quality of their lives"* (Wall 2009: 36). I tillegg til at de økonomiske ringevirkningene av turisme oppleves som positive, hovedsakelig grunnet økt inntekt og jobbmuligheter, hevder Wall at turisme også kan bidra til å beskytte det naturlige miljøet og lokal kultur. Også Williams (2009) hevder at turisme kan være en agent for bærekraftig bruk av jordas ressurser, gjennom økt fokus på forholdet mellom mennesker og natur. Han forteller at etter begrepet *bærekraftig utvikling* ble etablert, gjennom Brundtlandkommisjonens rapport "Our Common Future" i 1987, har dette blitt et stadig viktigere aspekt for aktører tilknyttet turistnæringen.

Brundtlandkommisjonens definisjon av bærekraftig utvikling er *"Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs"* (Wall 2009: 37). Denne tilnærmingen har ført til en tro på at det er mulig å skape økonomisk utvikling, samtidig som man ivaretar miljø og natur. Dette involverer også muligheten for en turistnæring som ikke går på bekostning av miljøet. Bærekraftig utvikling i en turismekontekst er definert som:

Tourism which is developed and maintained in an area (community, environment) in such a manner and at such a scale that it remains viable over an indefinite period and does not degrade or alter the environment (human and physical) in which it exists to such a degree that it prohibits the successful development and wellbeing of other activities and processes. (Butler i Wall 2009: 38)

I følge Wall kan bærekraftig turisme være en fremgangsmåte som både ivaretar økonomiske, miljømessige og sosiokulturelle dimensjoner av utvikling.

Heberer (2007) illustrerer økonomisk utvikling på lokale premisser gjennom private aktører som engasjerer seg i turistnæringen. Ifølge Heberer er det forskjellige former for motiv hos slike private entreprenører. Med privat entreprenørskap menes her privatpersoner som etablerer foretak eller bedrifter i den hensikt å oppnå økonomisk profitt. Han skiller da mellom ”push-” og ”pull-” faktorer, hvor push-faktorer får personen til å ønske seg vekk fra det stedet eller den tilværelsen hun eller han befinner seg i. Pull-faktorer omhandler muligheter som byr seg på et sted, og kan være tiltrekkende sosiale eller økonomiske muligheter. Heberer (2007) skiller også mellom den ”mektige” (powerful) og den ”kyndige” (cunning) entreprenøren. Den mektige entreprenøren benytter seg av sine kontakter og relasjoner (*guanxi*¹⁰) han har opparbeidet seg tidligere (ofte gjennom offentlige stillinger), mens den kyndige baserer seg på sine evner til å utnytte forretningsmuligheter. Siden Kinesiske myndigheters rolle ikke kan utelates når man studerer turisme eller økonomisk utvikling, vil jeg ta dette for meg med større tydelighet i mitt kontekstkapittel.

Økt deltakelse i økonomisk aktivitet kan også påvirke sosial atferd og forståelse. Heberer (2007: 167) viser til at privat entreprenørskap har ført til økt individualisering, og at økonomiske verdier kan overta for tradisjonelle moralske førere. Dette kan omtales som sosiale forandringer gjennom involvering i moderne økonomiske aktiviteter, hvor økonomisk rasjonalitet må overholdes for å overleve. Poon (i Mowforth og Munt 2003: 55) understreker likevel at lokalt entreprenørskap er med på å styrke lokalbefolkningers rolle i turistnæringen, og bidrar til at de ikke lenger må sees i et økonomisk avhengighetsforhold, som mye av litteraturen tidligere har gjort. Heberer (2007: 212) sier også at ”*entrepreneurship is probably one of the most effective ways to integrate ethnic minorities into the local and national economy*”. Jeg vil legge til at dersom etniske minoritetsgrupper er i stand til å skape økonomisk utvikling på egne vilkår, vil dette også kunne påvirke deres etniske selvbilde.

¹⁰ Guanxi kan oversettes med ”interpersonal relationships” eller sosiale nettverk. Det er et svært gammelt og meget utbredt sosialt fenomen, og gjør seg gjeldende i alle sosiale deler av det Kinesiske samfunn. Når guanxi er etablert, er det mulig å be om tjenester fra hverandre.

Dersom en gruppe mennesker med felles identitetsmarkører fremmer et felles uttrykk i møtet med turister, vil dette like gjerne kunne skape økt fellesskapsfølelse, til tross for aktivitetenes iboende økonomiske prinsipper. Det kan derfor hevdes at på samme tid som identitet benyttes for å skape økonomisk vekst, kan økonomisk aktivitet styrke felles identitet. Jeg vil senere diskutere hvorvidt et lokalsamfunn i Deqin County har kunnet bestemme egen involvering i turistnæringen, og hvordan de har engasjert seg slik at det kommer dem både sosialt og økonomisk til gode.

Utvikling er ofte målt i økonomisk vekst. Turisme kan være et positivt bidrag for å tiltrekke seg *utenlandsk kapital*, og slik minske økonomiske forskjeller mellom mer og mindre utviklede land (Nash 1996). Turisme kan også bidra til å påvirke økonomiske forhold mellom steder i samme region. Kritikere (som Frank 1972 i Nash 1996) hevder likevel at den økonomiske veksten ikke kommer flertallet til gode.

I min analyse vil jeg diskutere hvilke økonomiske ringevirkninger turisme kan ha på et område, og hvordan turisme gjennom spredningseffekter kan skape muligheter for økonomisk vekst på steder som ikke er *direkte* involvert i turistnæringen. Jeg vil derfor kort beskrive to konsepter som tidlig prøvde å forklare konsekvensene av regional økonomisk utvikling, og som har påvirket videre forskning på området, introdusert av Hirschman. Gjennom positive *trickle-down effekter*, viser Hirschman (1958) til hvordan områder under økonomisk vekst vil kunne handle og investere i områder som ikke opplever den samme graden av utvikling. Dette vil potensielt kunne bidra til å overføre økonomisk kapital fra rikere til fattigere områder, som betyr generelt forbedret økonomi og utjevning av økonomiske forskjeller over tid. Dette konseptet blir spennende for min studie, da turisme i Deqin County er veldig stedsorientert. Mye av den turistaktiviteten som finner sted er knyttet til det naturlige landskapet, og landsbyer i gunstig lokalisering til dette har dermed større muligheter for å involvere seg i turistnæringen. Dette medfører at noen områder har et bedre utgangspunkt for økonomisk vekst gjennom turisme. Men hva skjer så med andre landsbyer som ikke har det samme gode utgangspunktet? Kan vi forvente at også disse stedene vil nyte godt av turismen i området?

Hirschman (1958) problematiserer sine trickle-down effekter ved å fremheve at såkalte *polariseringseffekter* er vel så fremtredende, hvor økonomisk vekst og utvikling fører til økte *forskjeller* mellom steder og regioner. Dette skjer ved at steder under vekst tiltrekker seg kapital og gunstig arbeidskraft fra mindre utviklede områder. Dermed oppstår det en

polarisering mellom fattigere og rikere områder, mellom mer og mindre utviklede steder.

Hirschmans (med flere; Hicks, Myrdal) tilnærmig gikk ut på at:

(...) the early stages of economic growth tend to be characterized by increasing regional disparities, whereas later stages of development lead to regional convergence. Locational advantages, historical accident, resource endowment, and other considerations may give certain regions within a country an initial advantage when the process of modern economic growth begins. (Lardy 1978: 158)

Hirschman mente at når et steds økonomi vokser, vil i første omgang *polariseringseffekter* overstige *trickle-down effekter*, som vil føre til en hurtigere økonomisk vekst i favoriserte regioner. Hirschman hevder at bare gjennom økt generell økonomisk velstand vil trickle-down effekter nøytralisere og bli like viktig som polariseringseffekter. Dette gir bakgrunn for det som kalles *omvendt u-formet* økonomisk utvikling, hvor forskjellene først øker, før de etter hvert minsker i takt med økt økonomisk velstand i regionen (Lardy 1978). Hirschman (1958) skisserer dermed to mulige lokale effekter av økonomisk utvikling, men understreker at hvis områder i vekst er avhengig av varer og tjenester fra mindre utviklede områder: ” (...) *we would still feel confident that in the end the trickling-down effects would gain the upper hand over the polarization effects*” (Hirschman 1958: 189). Jeg vil her understreke at jeg ikke forstår Hirschmans teorier som allmenngyldige lover for generell økonomisk utvikling, men at jeg benytter meg av de nevnte teorier for å forklare observasjoner i mitt studieområde i dag.

2.4.2 Sosiokulturelle forandringer gjennom turisme

I turismelitteraturen har konsekvenser av turisme i stor grad vært preget av hvordan vestlig dominerende kultur har bidratt til forandring av lokal ”autentisk” kultur. Dette omtales gjerne som ”kulturell forandring” og Williams (2009: 138) trekker frem to begreper som har vært særlig populære for å forklare sosiokulturelle forandringer knyttet til turisme; ”*demonstration effects*” og ”*processes of acculturation*”. Demonstrasjonseffekter er avhengig av synlige forskjeller mellom turister og lokalbefolkningen, da denne tilnærmingen hevder at forandringer i lokalbefolkningens holdninger, verdier eller adferd er knyttet til deres observasjon og imitasjon av turister. Dette kan føre til at lokale personer som blir ”gazed upon” tilpasser sine handlinger, og/eller ønsker seg tilsvarende varer og goder som turistene besitter. Et eksempel her kan være at lokalbefolkninger imiterer klesstiler og forbruksmønsteret til turister, bevisst eller ubevisst. I stor grad har demonstrasjonseffekter vært karakterisert av negativ påvirkning på lokalbefolkning, hvor turisme promoterer et levesett og et forbruksmønster som for den tredje verden ikke er tilgjengelig, og som kan føre til både lokal frustrasjon og konflikt (Williams 2009). Men Williams påpeker også at det kan

ha positive konsekvenser lokalt, da det kan føre til mer føyelige eller produktive adferdsmønstre eller at lokalsamfunn kan oppfordres til å utbedre mangler eller goder de tidligere ikke har hatt tilgang på. Basert på Franklin (2004 i Williams 2009: 139) hevder Williams at "*the demonstration effects should be more properly considered as a process of cultural exchange rather than a form of cultural colonialism*". I følge Williams er demonstrasjonseffekter gunstig for å beskrive tilfeller av kulturell påvirkning hvor kontakten mellom lokalbefolkning og turister er forbigående. Dersom forholdet dem imellom er mer utviklet, eller stedet er i konstant kontakt med en dominerende kultur, vil acculturation-tilnærmingen være mer passende. Murphy (i Williams 2009: 139) definerer acculturation-prosesser som:

(...) when two cultures come into contact for any length of time, an exchange of ideas and products will take place that will, through time, produce varying levels of convergence between cultures, that is, they become more similar.

Til tross for at Murphy her åpner opp for at det er en toveis påvirkning, som innebærer at turisten også påvirkes av stedene hun eller han oppsøker, understreker Williams (2009) at det ikke foregår en balansert grad av kulturell forandring gjennom turisme. Han hevder at dominerende kulturer i større grad vil påvirke mindre lokale kulturer enn motsatt. Er dette prosesser som kan gjøres gjeldende i mitt studieområde, et tibetansk område som først ble åpnet for utenlandske reisende på slutten av 1990-tallet, men som i lengre tid har vært under påvirkning av en dominerende han-kinesisk kultur? I følge Williams vil begge deler bidra til kulturell forandring. I mitt analysekapittel vil jeg ta for meg hvordan sosiokulturelle forandringer kan ha vokst frem som et resultat av turisme. Det er her også viktig å ha i bakhodet at den turistaktiviteten jeg studerer foregår i en kontekst hvor det allerede er et eksisterende press fra en "dominerende kultur".

I følge Harrell (2001) har nettopp turisme vært en viktig faktor for den revitaliseringen av etnisk kultur man har opplevd i Kina de siste tiårene. Han viser her til en økt bruk av tradisjonelle klær og oppblomstring av tradisjonelle seremonier, blant annet "*... to provide an ethnic atmosphere for tourists*" (Harrell 2001: 53). Også Tan (2001) påpeker at etnisk turisme ikke begrenser seg til økte muligheter for økonomisk vekst, men at det i tillegg kan gi positive ringevirkninger både kulturelt og sosialt blant etniske minoritetsgrupper. Gjennom møtet med turister, kan minoriteters selvbevissthet og identitet styrkes, og ved å representere egen kultur og historie for turister, bevisstgjøres man i større grad hva man selv er, og hvor man kommer fra. En slik representasjon kan gjøre etniske minoriteter både stolte og takknemlige for deres

”tradisjonelle” verdier ifølge Tan. Han påpeker også at etnisk turisme kan medføre sosiale forandringer, blant annet ved at kvinner gjennom deltakelse i turistnæringen kan få mulighet til å tjene penger i større grad enn før. Men det er også tilnærminger som er mer kritiske til de sosiokulturelle effektene etnisk turisme kan medføre. Gladney (2004) viser til at minoriteter i Kina har blitt representert som ”etterstreberske” og ”levende fossiler”, som igjen kan medføre mindreverdighetskomplekser i forhold til majoritetsbefolkningen. Dette må imidlertid sees i sammenheng med Kinas nasjonaliseringsprosjekt, og deres plassering av etnisitet i en evolusjonær kontekst. Dette vil jeg videre omtale i mitt kontekstkapittel.

Etniske minoritetsgruppers kultur og identitet promoterer og iscenesettes for å tiltrekke seg turister, og når dette skjer vil medlemmer av etniske grupper forstå og lære hva turister etterspør. I følge Haaland (Udatert) vil minoritetsgrupper tilpasse møtet med turister i forhold til dette: *”Clearly having learnt to perform for tourists has become part of minority groups’ culture in the sense that they have knowledge about how to behave in tourist encounters”*.

Her eksemplifiseres hvordan kultur kan påvirkes gjennom møtet med turister. Å forholde seg til turistnæringen blir en del av deres daglige aktiviteter og det som kan kalles deres *kultur*. I sin kommende artikkel om kommodifisering av etnisitet i Yunnan provinsen, påpeker Haaland (Udatert) at selv om minoritetsgrupper lærer seg å være attraktive for turister, behøver de ikke nødvendigvis selv å være enig i det bildet som tegnes utad: *”It is quite possible to have a backstage where they can comment about and evaluate what takes place in the tourist front stage”*. Å lære nye kulturelle ideer kan bidra til å bryte ned kulturelle forskjeller mellom de besøkende og lokalbefolkning, og mellom majoritet- og minoritetsbefolkning. Haaland understreker at etniske grenser likevel kan opprettholdes til tross for slik kulturell spredning.

Turisme er en aktivitet av global betydning, og en viktig agent for økonomiske og kulturelle utvekslinger i en global og lokal kontekst. Turisme er dermed en driver av forandring. Dette kan også innebære forandringer knyttet til lokalbefolkningers produksjons- og forbruksmønstre. Nye ønsker og behov vokser frem i forlengelsen av økonomisk vekst og gjennom møtet med andre mennesker. Banskota og Sharma (i Skålholt 2006) hevder at turisme kan forandre bruken av jordarealer og jordbruksmønstre ved at turistaktivitet opptar arbeidskraft og forandrer produksjonsbehov. Turisme kan dermed føre til nye arbeidsvaner og nye måter å dyrke jorda på. Måten bønder har dyrket jorden på i generasjoner, og hvordan dette forandres gjennom deltakelse i turistnæringen, er også å regne som sosiokulturelle

forandringer. Kan forandringene av jordbruksvaner befolkningen i min casestudie oppleve i dag, også regnes som en kulturell utvikling knyttet til turisme? Hvordan jordbruksvaner og andre sosiokulturelle praksiser forandres gjennom deltakelse i turistnæringen vil jeg komme tilbake til i kapittel 6.

2.5 Oppsummering

Jeg har nå gått gjennom teori som kan belyse hvordan turisme forstås i en akademisk kontekst. Jeg har da hovedsakelig tatt for meg økonomiske og sosiokulturelle aspekter ved turisme. Begreper som autentisitet og kommodifisering har stått sentralt i min gjennomgang av teori tilknyttet turisme, da de beskriver viktige prosesser jeg har kunnet observere under mitt feltarbeid, og som jeg vil drøfte i analysen. Siden turisme grunnleggende handler om mennesker som besøker steder, har jeg også gått gjennom teori som tar for seg hvordan steder og mennesker gjøres attraktive for de reisende gjennom promotering, og satt dette i sammenheng med representasjoner av etniske minoriteter i Kina. Jeg tar videre for meg mulige økonomiske og sosiokulturelle effekter av turisme. Om lokalbefolkninger selv er i stand til å spille en aktiv rolle i slike prosesser er et gjennomgående tema i denne oppgaven.

I analysen vil jeg søke svar på mine problemstillinger ved å kombinere den presenterte teori med mine empiriske funn. Jeg vil da først beskrive turisme i mitt studieområde, og ta for meg hvorfor og hvordan turisme er en sentral utviklingsstrategi for både offentlige og private aktører i Deqin County. Jeg vil blant annet diskutere hvordan infrastrukturell utvikling kan bidra til både lokal utvikling og utvikling av turistnæringen. Jeg vil ta for meg hvordan steder konstrueres og promoterer for å tiltrekke seg turister, og hvilke representasjoner som står sentralt i slike prosesser. Her vil jeg også diskutere turistens rolle i turistnæringen.

Videre vil jeg rette fokus mot hvilke *forandringer* turisme medfører i studieområdet. Jeg vil da hovedsakelig ta for meg økonomiske konsekvenser av turisme, og hvordan turisme kan medføre sosiokulturelle forandringer. Dette innebærer blant annet økt økonomisk velstand, forbruk og konsum, tilpasning av produksjonsmetoder, nye arbeidsmønstre, og utøvelse av religion og tradisjonelle skikker. I forbindelse med dette vil jeg også diskutere den tibetanske lokalbefolkningens rolle i slike prosesser, og hvordan de kan tilpasse aktivitetene slik at turisme kommer dem både sosialt og økonomisk til gode. For å bedre forstå effekter av turisme vil jeg sammenligne økonomiske og sosiokulturelle trekk ved forskjellige fokusområder i mitt studieområde. Gjennom disse tilnærmingene til tema og sted, ønsker jeg å finne svar på hvilke økonomiske og sosiokulturelle forandringer turisme kan medføre.

3. METODE

Jeg vil i dette kapittelet redegjøre for mine metodologiske og metodiske valg, og jeg vil belyse hvordan dette har påvirket både prosessen og det endelige resultatet. Som jeg har vist tidligere, ønsker jeg i denne oppgaven å rette fokus mot turisme og dens utvikling i Deqin County. Jeg ønsker å belyse hva som ligger bak en økt satsing på turisme, og hva myndighetene ønsker å oppnå med dette. Samtidig ønsker jeg å ta for meg hvilke effekter dette får lokalt i de landsbyene som er sterkt påvirket og involvert i turistnæringen. Jeg vil ta for meg hvordan de her praktisk forholder seg til turisme som en ny næring, og hvordan de forsøker å nyttemaksimere mulighetene turisme gir. Jeg vil også belyse hvordan økt kontakt med turister kan påvirke deres tibetanske tradisjoner og identitet.

For å få kunnskap om dette er det avgjørende med dybdeinformasjon. Det er derfor hensiktsmessig å benytte seg av en kvalitativ metodologisk tilnærming, som innebærer intervjuer med forskjellige aktører innen turistnæringen og øvrige medlemmer av lokalbefolkning i mitt studieområde. Gjennom kvalitative metoder har jeg ønsket å nærme meg mine informaners opplevelse og forståelse av det som skjer, samt hvordan turisme påvirker deres hverdag. Intervjuer har vært en viktig fremgangsmåte for datainnsamling, men jeg har også benyttet meg av andre metoder. I møtet med representanter fra myndighetene har jeg fått tilgang til dokumenter og strategiplaner, og særlig i møtet med lokalbefolkningen har observasjon vært en viktig tilnærming.

Jeg vil starte metodekapittelet med å redegjøre for hva som karakteriserer kvalitativ forskning, og hvorfor jeg har benyttet meg av casestudie som forskningsstrategi. Deretter vil jeg ta for meg datainnsamlingsprosessen, som involverer valg av informanter, praktisk gjennomføring av intervjuer, dokumentanalyse og observasjoner. Jeg vil her belyse utfordringer underveis, og hvordan jeg har forholdt meg til dette. Videre vil jeg ha en metodediskusjon.

3.1 Kvalitativ forskning

Når forskjellen mellom kvalitativ og kvantitativ metode beskrives, er det vanlig å trekke frem at kvalitative metoder ønsker å søke i dybden, mens kvantitative metoder fokuserer på antall og utbredelse (Thagaard 2009). Dette representerer forskjellig forskningslogikk, både for resultat av forskningen og den praktiske gjennomføringen. Kvalitativ tilnærming gir mulighet for fordypning i sosiale fenomener, som følger samfunnsvitenskapelige mål som å tolke kulturelt og historisk signifikante hendelser og å gi stemme til marginaliserte (Ragin 1994).

I følge Denzin og Lincoln (1994) søker kvalitativ forskning spisset kunnskap som fremhever mening og prosesser, fremfor kvantifiserbar kunnskap. Kvalitative studier omhandler prosesser som må tolkes i lys av den konteksten de inngår i, og er i mindre grad generaliserbare enn kvantitative studier. I denne oppgaven tar jeg for meg flere forskjellige landsbyer i mitt forskningsområde, og sammenligner deres tilnærming til turisme. Dette gjør jeg for å utforske forskjellige aspekter ved turisme, og for å få et mest mulig nyansert bilde av turisme og dens effekter i mitt studieområde. På denne måten ønsker jeg å få et rikt datamateriale, hvor flere fokusområder kan gi meg en bredere forståelse av hva som foregår i mitt studieområde, enn om jeg hadde oppholdt meg i kun én landsby. Mine fokusområder er tilstrekkelig like til å kunne gjøre sammenligninger, men samtidig forskjellig nok til at ulike nyanser av turistaktiviteten blir synlige.

3.1.1 Forskningsdesign

I følge Ragin (1994) må alle forskningsstrategier være målstyrte. Hvilken forskningsstrategi man velger må derfor være et resultat av hva man ønsker å oppnå med studien. Ønsket oppnåelse er som regel definert av ens forskningsspørsmål, og blir i så måte retningsgivende for hvilke metoder man benytter seg av. Dersom man ønsker å identifisere generelle mønstre i et større samfunn som krever store representative utvalg, er det hensiktsmessig å benytte kvantitative metoder. Dersom ens forskningsspørsmål derimot krever dybdekunnskap blant et mindre utvalg av informanter, vil kvalitative metoder være gunstige. Jeg har over beskrevet hva man kan oppnå gjennom kvalitative metoder, og mener intervjuer, dokumentanalyse og observasjon er hensiktsmessige fremgangsmåter for å besvare mine forskningsspørsmål.

Prosjektets design beskriver retningslinjer for hvordan forskeren tenker seg å utføre prosjektet (Thagaard 2009). Slike retningslinjer omfatter beskrivelser av hva studien vil fokusere på, aktuelle informanter, samt hvor og hvordan studien skal utføres. Utforming av forskningsdesign kan omtales som første fase i et forskningsprosjekt. Som jeg har vært inne på, er mitt fokus knyttet til turisme, lokal utvikling og etnisitet. Jeg visste at det var innenfor dette feltet jeg ønsket å gjøre min studie, uten å ha helt klart for meg nøyaktig hva jeg ville vektlegge, eller hvordan jeg ville gå frem for å få svar på mine spørsmål. Først måtte jeg finne et egnet område for å gjennomføre feltarbeidet. Jeg har tidligere studert i Yunnan Provinsen, så jeg kjente delvis til området. Før jeg bestemte meg for lokalisering av feltarbeidet, tok jeg kontakt med personer i Oslo som jeg visste hadde kunnskap om området. Jeg fortalte dem hva jeg ønsket å fokusere min studie på, og om Deqin County kunne være et passende sted å gjøre dette. Jeg gikk så videre med utviklingen av forskningsdesignet, og gjennom utarbeidelse av

problemstillinger ble det også tydeligere hvem som var aktuelle informanter, og hvordan studien best mulig burde gjennomføres.

3.1.2 Problemstillinger

Som Ragin (1994) understreker er problemstillingene helt avgjørende for hvordan man bør velge å gå frem videre i studien. Mine problemstillinger er av en slik art at jeg finner en kvalitativ metodologisk tilnærming å være den beste fremgangsmåten for å gi dybdekunnskap om emnet jeg ønsker å beskrive. Jeg har to problemstillinger, som er overlappende, men samtidig krever innsikt fra forskjellige typer informanter. Første problemstilling søker å belyse *hvorfor det satses på turisme i Deqin County, og hvordan denne turismen promoterer*. For å beskrive dette, har jeg funnet det nyttig å intervju representanter fra myndigheter på Prefecture og County nivå.¹¹ Gjennom intervjuer med lokale myndigheter har jeg også ønsket å få innblikk i hva som er ønskede mål med økt satsing på turisme som en næringssektor, samt et innblikk i planer for videre utvikling av sektoren. Dette innebærer blant annet turisme som lokal utviklingsstrategi. Her ønsker jeg også å se hvordan et attraktivt bilde av Deqin promoterer, eller skapes, for å bli et attraktivt reisemål. For å nærme meg dette, fant jeg det nødvendig å ikke bare snakke med representanter fra lokalmyndighetene, men også reisebyråer og andre involverte aktører i turistnæringen. Intervjuer med turister er også med på å beskrive hva som motiverer dem til å oppsøke dette området, noe som både kan beskrive stedet som turistdestinasjon, men også gi en forståelse av hva turistene forventer.

Min andre problemstilling tar for seg *lokale økonomiske og sosiokulturelle effekter i Deqin County som følge av økt turistaktivitet*. For å kunne svare på dette har det vært særdeles viktig å gjøre intervjuer med lokalbefolkningen. For å få best mulig innsikt i dette, har jeg ønsket å snakke med både eldre og yngre, menn og kvinner, involverte i turistnæringen og ”ikke-involverte”.

Gjennom utvikling av problemstillinger blir det klarere hvem som er aktuelle informanter for forskningsprosjektet, og med dette også hvilke forskningsmetoder som er mest hensiktsmessige å benytte seg av. Thagaard (2009) understreker viktigheten av at problemstillingene må være tilstrekkelig avgrenset til at de kan realiseres innenfor de rammene forskeren må forholde seg til. Dette er også et viktig aspekt i ens forskningsdesign, da prosjektet må være lagt opp på en slik måte at det kan operasjonaliseres; det må være en balanse mellom problemstillinger, det man ønsker å oppnå med forskningsprosjektet, og

¹¹ I kontekstkapittelet vil jeg gi en beskrivelse på de forskjellige administrative nivåer i Kina.

rammene man har å forholde seg til gjennom feltarbeidet. Den praktiske datainnsamlingen og gjennomføringen av feltarbeidet vil jeg komme tilbake til.

3.1.3 Induktiv metode

Jeg har gjennom mine studier og interessefelt opparbeidet meg et grunnlag av teoretiske perspektiver på feltet, men jeg har bevisst ikke ønsket å ta et teoretisk standpunkt før jeg gikk løs på feltarbeidet. Jeg ønsket å ettersøke det som fremsto som mest aktuelt og interessant i feltet, uten å skulle forfølge noen forhåndsbestemte teoretiske perspektiver. Jeg hadde utarbeidet problemstillinger som var retningsgivende for prosjektet, men med visshet om at disse kunne forandre seg. Dette er i tråd med det O'Brien (2006: 29) hevder er en god fremgangsmåte:

[...] fieldworkers should always strive to be open to new ideas, theories that did not originally seem pertinent, and new research foci. [...] we ought to arrive in the field with an area of interest and some hunches about how a social process is unfolding, but then be ready (and eager!) to let our informants redirect us by telling us what concern them most.

Under feltarbeidet fikk jeg anledning til å lese meg opp på relevant faglitteratur, både av teoretisk og mer empirisk art. Dette har bidratt til økt forståelse av mine observasjoner og data jeg har samlet, og i den grad også påvirket mine funn i feltet, uten at det har blitt styrende for hva jeg har ønsket å undersøke. Jeg har prøvd å la min nysgjerrighet for sted og tema være det som bringer prosjektet videre, og at passende teori og empiri fra andre case kan belyse og styrke min feltstudie. Etter avsluttet feltarbeid har min fremgangsmåte i større grad vært preget av en sammenkopling av teori, empiri og analyse. Jeg har i skriveprosessen beveget meg mellom litteratur og empiriske funn, og har da benyttet meg av abduktiv metode, som også er den vanligste fremgangsmåten i samfunnsvitenskapelig forskning (Thagaard 2009). Man vil likevel gjennom hele prosessen kombinere datainnsamling, analysering og teoretisering. Det er nærmest gitt at vi balanserer mellom de forskjellige "etappene" i en masteroppgaveprosess. Men i og med at jeg har tatt utgangspunkt i et empirisk datagrunnlag og de problemstillinger jeg hadde til feltet, og deretter funnet teori jeg mener er relevant, vil jeg anse studien for å være basert på en induktiv metodologisk tilnærming.

3.2 Casestudier

Jeg har nå redegjort for min kvalitative tilnærming, og hvorfor jeg mener dette er hensiktsmessig for min studie. Som Thagaard (2009) påpeker, er det viktig at man klarer å

avgrense feltet man studerer. Som kvalitativ forskningsstrategi har jeg brukt casestudie, som i følge Thagaard har som formål å gi mye informasjon om noen få enheter eller caser. Med å definere et geografisk område som mitt studieområde, har jeg forsøkt å avgrense studien. Videre har jeg fokusert på et bestemt tema, og dets mulige konsekvenser for de som er involvert i denne aktiviteten. Slik har jeg gjennom en casetilnærming forsøkt å avgrense forskningsfeltet til å være gjennomførbart gitt de rammene jeg hadde for feltarbeidet. Det er her viktig å understreke at casestudier er et valg av hva som skal studeres, og ikke hvilke metoder som skal brukes (Stake 2005). Caset er en empirisk avgrensning av et forskningsfelt, som et geografisk sted, en organisasjon eller en gruppe (Thagaard 2009). Et case er det fenomenet som det forskes på og tilnærmingen kan være av både kvantitativ og kvalitativ art. Yin (1984 i Thagaard 2009) påpeker at casestudier ofte er basert på flere former for datainnsamling, som intervju, observasjon og dokumentanalyser. Casestudier er ofte kjennetegnet av fleksibilitet og åpenhet, og hovedpoenget med casestudier er å skaffe til veie rikholdig informasjon om de enhetene det fokuseres på i undersøkelsen (Thagaard 2009).

3.2.1 Formål med casestudier

De lærde strides noe om hva som er formålet med casestudier. Thagaard (2009) hevder at et viktig formål med casestudier er at man må kunne oppnå kunnskap som går utenpå den enheten man fokuserer på. Dette er knyttet til en målsetning om at kunnskapen som genereres gjennom ens casestudie skal ha overførbarhetsverdi. Ifølge Thagaard kan en casestudie ha et deduktivt preg, der caset er valgt for å utvikle eller videreutvikle teori. Men den kan også ha et induktivt preg, hvor caset ikke er valgt på et teoretisk grunnlag, men med den hensikt å fremme forståelse ut over det caset man har valgt å fokusere på.

Stake (2005) er av en annen oppfatning enn Thagaard, og mener at forskeren kan overse viktige særegenheter ved caset dersom hun eller han har for mye fokus på å overføre sine funn til andre kontekster. Stake (2005) deler casestudier inn i tre ulike typer: *Intrinsic*, *instrumental* og *multiple or collective casestudies*. En *intrinsic* casestudie beskrives med at man har som hensikt først og fremst å få bedre forståelse av det spesifikke caset, fordi caset i seg selv er av spesiell interesse. Det er ikke i den hensikt å utvikle teori eller analytisk generalisering, men studien er foretatt på grunn av interessen i caset. I den *instrumentelle* casestudien er caset selv av sekundær interesse, da det heller har en støttfunksjon for å forstå noe annet. Caset blir her i hovedsak studert for å skaffe innsikt om et spesielt fenomen eller spørsmål.

Hovedfunksjonen er å skaffe til veie økt kunnskap om noe som går på utsiden av det caset man studerer. Ifølge Stake (2005) er det ingen tydelige grenser mellom *intrinsic* og

instrumentale casestudier, men det er heller et felt hvor de to kan kombineres. Stake (2005) omtaler *multiple* eller *collective casestudier* som en instrumentell tilnærming som inkluderer flere case, hvor de studeres i fellesskap for å undersøke fenomen, en populasjon eller generelle omstendigheter. En slik komparativ tilnærming skaper muligheter for en bredere forståelse av det fenomenet som studeres, og gir mulighet for bedre forståelse av teori. Stake (2005) viser skepsis til at forskning nødvendigvis må lede til generalisering for at det skal inneha verdi.

De nevnte tilnærminger til casestudier er til en viss grad overlappende, men også ulike, særlig når det kommer til casestudiets formål og hva resultatene kan brukes til. Casestudiens bruksområde blir derfor også ulikt, avhengig av forskerens teoretiske og metodologiske tilnærming. Jeg ser det derfor som viktig å tydeliggjøre hvordan jeg vil plassere mitt feltarbeid, og hva som er lagt til grunn for de metodologiske valg jeg har tatt.

3.2.2 Min casestudie

Jeg har først og fremst valgt en geografisk avgrensning av mitt forskningsområde til et område (County) i Yunnan provinsen i det sørlige Kina. Den geografiske avgrensningen var helt nødvendig for å kunne gjennomføre studien på en tilfredsstillende måte, gitt tiden og ressursene jeg hadde til rådighet. Et annet aspekt, som jeg har vært inne på, er at jeg ønsket å få dybdekunnskap om et mindre utvalg av enheter, fremfor en bredere studie. Dette er også representert gjennom min kvalitative metodologiske tilnærming. Ved siden av min geografiske avgrensning har jeg avgrenset temaet til å gjelde turisme, og de aktørene innenfor turistsektoren jeg har funnet mest relevante. Dette representerer min empiriske avgrensning, og definerer det jeg vil kalle for min casestudie.

Jeg finner caset, og de prosessene som der finner sted, interessante i seg selv. I følge Stake (2005) vil jeg kunne beskrive dette som et *intrinsic* casestudie. Likevel finner jeg det interessant å tolke mine observasjoner og funn i en større kontekst, for bedre å forstå hva som foregår i mitt caseområde. Her lener jeg meg mer på Thagaard (2009), når hun påpeker at det også er av interesse å kunne oppnå kunnskap som går utenpå den eller de enhetene man fokuserer på. Hvis jeg skal følge Thagaards tilnærming, har jeg valgt en induktiv tilnærming, der caset ikke er valgt på et teoretisk grunnlag, men med den hensikt å fremme forståelse ut over det caset man har valgt å fokusere på. Selv vil jeg hevde at jeg er et sted mellom Stakes (2005) *intrinsic* tilnærming, og Thagaards (2009) induktive tilnærming. Primært har jeg valgt min casestudie av en særlig interesse for caset i seg selv, samtidig som jeg mener at caset

både kan fremstå som mer interessant, og ha større troverdighet, dersom det også fremlegges overførbarhetsverdi.

Min empiriske avgrensning er *turistnæringen i Deqin County*. Men Deqin County er ikke homogen, verken hva gjelder etniske folkegrupper, deres geografiske lokalisering eller befolkningens involvering i turistnæringen. Som nevnt innledningsvis er både natur og kultur viktige aspekter i turistnæringen. Tradisjoner og etnisitet fremmes som turistattraksjoner, og følgelig blir befolkningen i seg selv viktig. Landsbyene jeg tok for meg er stort sett i geografisk nærhet av den store turistmagneten Meili Snow Mountain, men deres eksakte lokalisering er likevel en viktig premissleverandør for hvordan deres involvering i turisme utarter seg. Etter jeg hadde lært mer om befolkning og turistaktivitet i Deqin County, valgte jeg ut noen fokusområder. Jeg har tatt for meg fem landsbyer i tillegg til Deqin City, noe som kan beskrives som seks fokusområder. Landsbyene hadde forskjellig grad av involvering i turisme; noen var tungt involvert, mens i en annen landsby var turisme nærmest fraværende. Jeg valgte denne fremgangsmåten fordi jeg slik håper å kunne se hvordan lokalsamfunnene er påvirket av turisme, og at jeg gjennom å se på likheter og ulikheter mellom mine forskjellige fokusområder i Deqin County, kan gjøre meg noen tanker om hvordan graden av involvering i turistnæringen kan påvirke utvikling. Jeg har søkt forståelse i hvert område jeg har vært, men samtidig søkt å fremme forståelse ut over det spesifikke området, sett i lys av de andre fokusområdene. Dette kan minne om det Stake (2005) beskriver som *multiple* eller *collective casestudier*, hvor casene studeres i fellesskap for å undersøke et fenomen. En slik tilnærming skaper muligheter for bredere forståelse av det fenomenet som studeres, og kan gi større rom for å diskutere overførbarhet og få bedre forståelse av teori.

3.3 Datainnsamling i felten

Yin (2003) vektlegger bruk av triangulering som strategi for datainnsamling i casestudiet. Dette er for å oppnå en bedre forståelse av de fenomenene og den konteksten man studerer, og betyr at forskeren tar i bruk flere forskjellige forskningsmetoder. Jeg har først og fremst benyttet meg av kvalitative intervjuer, men observasjon og dokumentanalyse har også vært viktige bidrag. Særlig i landsbyene var observasjon viktig, for å se hvordan dagliglivet utspilte seg, og hvor utstrakt turistaktiviteten var. Dokumentene jeg har benyttet meg av er dokumenter jeg har fått tilgang til i forbindelse med intervjuer med lokale myndigheter i Diqing Tibetan Autonomous Prefecture (TAP) eller lokalmyndighetene i Deqin County.

3.3.1 Informanter

Mine to problemstillinger innebærer en differensiering av fokusområder innenfor min empiriske avgrensning. Først tar jeg for meg en overordnet forståelse av turistnæringen i mitt studieområde, og hvordan stedet promoterer for å gjøres attraktivt som reisemål. Videre tar jeg for meg hvilke konsekvenser en slik satsing har for lokalbefolkningen. For å finne svar på disse spørsmålene, var det flere typer informanter som var interessante. Dette førte til at jeg kategoriserte informantene i grupper, som jeg så plasserte i tilknytning til de forskjellige problemstillingene. Ifølge Thagaard (2009) kan dette beskrives som et strategisk utvalg av informanter. Jeg endte opp med seks informantkategorier jeg ønsket å intervju. ¹² Dette inkluderte; *akademikere i Kunming, offentlige myndigheter, turister* (vestlige og kinesiske), *pilegrimer, lokalbefolkningen og aktører i turistnæringen*. Akademikerne innebærer personer med spesiell kompetanse på området, både når det gjelder turisme, lokal utvikling og Deqin County. Etter tidligere studieopphold i Kunming (hovedstaden i Yunnan Provinsen) hadde jeg bekjente på Yunnan Minzu Daxue ¹³. Dette gjorde at jeg kunne øke min kunnskap om feltet før jeg reiste til Deqin County, og at jeg kunne diskutere noen av mine funn med akademikere da jeg kom tilbake til Kunming etter feltarbeidet.

Representanter fra myndighetene var viktige for å få tilgang til statistikk og den faktiske utviklingen av turistnæringen. Gjennom intervjuer med dem ønsket jeg også å få innblikk i hvilke visjoner de har for videre utvikling, og hvordan de mener dette eventuelt påvirker lokalbefolkningen. Myndighetene er også en viktig aktør innen promotering av stedet som en turistdestinasjon. Turister og pilegrimer er dem som utgjør turismen, og jeg ønsket her å få innblikk i hva som faktisk trekker dem hit. Ved å ha den samme intervjuguiden for vestlige som for kinesiske turister kan jeg se om det er forskjeller i deres reisepreferanser. Dette bidrar til å beskrive turismen som finner sted, men kan også gi et grunnlag til å forklare promoteringsstrategier. For pilegrimene er motivasjonen for å reise til området tydelig, gitt stedets religiøse betydning. Det som her var interessant å utforske, var hva de synes om utviklingen av turistnæringen; hvordan deres opplevelse av pilegrimstradisjonene eventuelt blir påvirket av store turistmasser.

For å nærme meg promoteringsstrategier av stedet som reisemål, var jeg interessert i å komme i kontakt med aktører innen turistnæringen. Dette inkluderer både lokalmyndigheter og

¹² Se intervjuguider for mer informasjon vedlegg 4.

¹³ Yunnan Nationalities University (primært fokus på samfunnsvitenskapelige- og etniske studier)

lokalbefolkning, men kategorien ”aktører i turistnæringen” inneholder hovedsakelig reiseselskaper, turoperatører, sjåførere, guider og hotelleiere.

Intervjuer av ”lokalbefolkningen” utgjør den største delen av mitt datamateriale. Jeg gjennomførte intervjuer i fem landsbyer i Deqin County, i tillegg til intervjuer blant lokalbefolkningen i Deqin City. Informanter i landsbyene inkluderer både eldre og yngre, kvinner og menn. Dette var et bevisst valg fra min side, for å få et så rikholdig datagrunnlag som mulig. I mange tilfeller vil informantene kunne falle inn i flere av mine informantkategorier, og ikke minst bidra til å besvare flere av problemstillingene. Særlig ofte kan informanter fra kategorien ”aktører i turistnæringen” også klassifiseres som ”lokalbefolkning”.

Ovenfor mine informanter har jeg forsøkt å etterfølge tre viktige etiske retningslinjer innefor kvalitativ forskning; *informert samtykke*, *konfidensialitet* og *konsekvenser* av at informantene deltar i min studie (Thagaard 2009). Informert samtykke innebærer at informantene er informert om tema og formål med studien. Ved noen anledninger virket det som om informantene verken forsto eller hadde interesse av å vite formålet med studien min. I disse tilfellene understrekte jeg at de selv valgte om de ville uttale seg på mine spørsmål eller ikke, og at de når som helst kunne avbryte intervjuet hvis de følte behov for det. Kvale (2006) påpeker at informantene må delta på frivillig basis, og bli opplyst om at de har mulighet til å trekke seg underveis. Jeg understrekte også at jeg ville bevare deres anonymitet, og at deres identitet ikke ville bli synliggjort i min studie. Gitt konteksten jeg gjennomførte min feltstudie i, og historien til det tibetanske folk i Kina, var anonymitet og konfidensialitet et særdeles viktig poeng å understreke. Jeg opplevde imidlertid få som ikke ønsket å uttale seg, og det var sjelden at intervjuer ble avbrutt. Det tredje viktige grunnprinsippet innenfor en etisk forsvarlig forskningspraksis, knytter Thagaard (2009) til konsekvensene deltakelse i studien eventuelt kan ha for informantene. Dette har jeg hele tiden prøvd å være bevisst, og jeg har blant annet valgt vekk å skrive om funn jeg anser som sensitive, selv om det kunne være interessant for min studie. Her har jeg vurdert de etiske grunnprinsippene som viktigere enn funnene jeg her (ikke) refererer til.

3.3.2. Praktisk gjennomføring av intervjuer

Kvalitativ metode har tradisjonelt vært forbundet med forskning som innebærer nær kontakt mellom forsker og de som studeres, som ved deltagende observasjon eller intervju (Thagaard 2009). Videre beskriver Thagaard tre forskjellige kvalitativt intervjuer; strukturert, lite

strukturert eller delvis strukturert tilnærming. En strukturert tilnærming bærer preg av en fast struktur som følges gjennom hele intervjuet, og innehar lite rom for fleksibilitet. Et lite strukturert opplegg er lite formelt og bærer preg av en åpen samtale mellom forsker og informant, men hvor hovedtemaene er bestemt på forhånd. Jeg benyttet meg av det som beskrives som delvis strukturerte intervjuer, eller som i metodelitteratur (Kvale 2006, Thagaard 2009) beskrives som et kvalitativt forskningsintervju. Her er tema for samtalen bestemt på forhånd, men rekkefølgen av spørsmålene kan variere fra informant til informant. Hensikten med en slik tilnærming er at man har et bestemt tema man ønsker å dekke, men at man skal la samtalen få ta den veien som kommer naturlig. Slik vil man også kunne oppdage andre og spennende sider av de temaene man i utgangspunktet hadde forventet å finne. En slik tilnærming krever at en på forhånd har utarbeidet en, eller flere, intervjuguider. Intervjuguiden inneholder spørsmålene forskeren ønsker å stille, men åpner opp for at samtalen kan følge informantens historie. Dette kan bidra til rikholdig informasjon og spørsmålene bør være formulert slik at de skaper en positiv interaksjon. De skal være med på å holde samtalen i gang og motivere intervjupersonen til å fortelle om sine egne erfaringer og følelser (Kvale 2006). Jeg opplevde flere ganger at en delvis strukturert tilnærming gav informasjon jeg på forhånd ikke hadde forventet. Samtidig hadde jeg flere spørsmål jeg absolutt ønsket å få besvart av så mange informanter som mulig, for å få et sammenligningsgrunnlag mellom mine forskjellige fokusområder.

Jeg gjennomførte til sammen 51 intervjuer. Jeg benyttet meg av tolk under de fleste intervjuene, noe jeg vil diskutere senere. Feltarbeidet hadde en varighet på drøye to måneder, fra august til oktober 2009. Tidsrommet var gunstig, da dette er en periode som både ser mye turister og samtidig har sine roligere perioder. Da jeg ankom Kina i august, var jeg først en kort periode i Kunming. Her ønsket jeg å lese meg opp på Deqin, samt intervju en akademiker med særlig kjennskap til området. Informasjonen jeg her fikk, var også retningsgivende for valg jeg tok videre under feltarbeidet. Etter noen dager i Kunming reiste jeg og min tolk nordover mot Deqin County. Deqin County er som jeg har beskrevet tidligere, én av tre countyer i Diqing Tibetan Autonomous Prefecture (TAP). Diqing TAP er på et høyere administrasjonsnivå enn Deqin County, og derfor også en viktig premissleverandør for utviklingen i Deqin County. Jeg ønsket å oppdrive data for hele regionen, for å bedre forstå hvilken kontekst Deqin County befinner seg i. Jeg ønsket derfor også å gjennomføre noen intervjuer med myndighetene i Diqing TAPs administrative sentrum, Shangrila.

Mine kinesiske språkkunnskaper begrenser seg til dagliglivets trivielle aktiviteter, så jeg hadde behov for tolk gjennom hele mitt feltarbeid. Tolken jeg ønsket å samarbeide med var imidlertid ikke tilfeldig valgt, det er en kinesisk sosiolog jeg tidligere har samarbeidet med under tematisk lignende feltarbeid i Yunnan provinsen. Derfor visste jeg at vi ville fungere sammen, og at jeg kunne stole på hans dømmekraft og forståelse for det faglige feltet jeg ville utforske. Hans engelsk er tilstrekkelig, men ikke bedre enn at vi tidvis hadde utfordrende og tidkrevende oversettelsesprosesser. Her må det også nevnes at tolkens akademiske bakgrunn vil påvirke hvordan han tilnærmer seg feltet, og det er viktig å huske at ingen tolkninger er objektive. Jeg valgte likevel å prioritere en tolk som hadde kunnskap om temaet og fremgangsmåter, og som jeg stolte på, fremfor å bruke en tolk med bedre engelskkunnskaper. Bortsett fra intervjuer med akademikere og vestlige turister, har han vært involvert i samtlige intervjuer.

Min tolk hadde tilknytning til Yunnan Nationalities University, og hadde derfra et dokument som forklarte studiens hensikt.¹⁴ Dette dokumentet, sammen med et skriv fra Universitetet i Oslo, gjorde tilgangen på informanter betraktelig lettere enn dersom vi ikke hadde hatt dette. Det gjaldt særlig for informanter innenfor lokale myndigheter, men var også en god døråpner og tillitsbygger for øvrige informanter. I Shangrila ble dokumentet også påtegnet en notis og stempel fra myndighetenes side. Til sammen gjennomførte jeg to intervjuer i Shangrila, et med Diqing TAP Tourist Buraucracy, og et med Diqing TAP Statistic Buraucracy. I tillegg fikk jeg dokumenter fra Nationalities Affairs Comity. Jeg fikk tilgang til strategiplaner og statistikk for turistnæringen, samt statistikk på demografisk sammensetning av etniske grupper i Diqing TAP.

Før intervjuene gikk jeg grundig gjennom hva jeg ønsket å få ut av intervjuet sammen med tolken, og kontrollsjekket at han forsto hva jeg mente. Jeg lagde intervjuguider på engelsk, som vi i fellesskap gikk gjennom, hvorpå han forklarte meg hvordan han forsto spørsmålene. Under intervjuene var det stort sett tolken som stilte spørsmålene, så lenge informanten holdt seg innenfor intervjuguiden. I og med at vi i forkant tydelig hadde gjennomgått hva som var av interesse i intervjuet, hadde tolken muligheten til å stille oppfølgingsspørsmål der dette var fordelaktig. Dersom det kom opp ting av interesse som vi ikke hadde diskutert tidligere, tok han dette med meg umiddelbart, slik at jeg kunne følge opp dersom jeg ønsket dette. Jeg ønsket at det skulle være så få oversettingspauser som mulig, da jeg opplevde at dette ved

¹⁴ Jeg hadde også et dokument fra UiO som tydeliggjorde at det var min studie, og at jeg benyttet meg av tolk.

flere anledninger tæret på informantenes tålmodighet. I et tilfelle ble intervjuet brutt, da informanten syntes det tok for lang tid med oversetting. Jeg landet derfor på at det var bedre å gå tydelig gjennom hva som var målet med intervjuet på forhånd, og la tolken kjøre mest mulig av intervjuet. Jeg understreket ovenfor ham at han ikke skulle stille ledende spørsmål. Umiddelbart etter hvert intervju satt vi oss ned med datamaterialet, hvorpå intervjuet ble oversatt og kategorisert, og ført inn på datamaskin. Dette kunne være tidkrevende prosesser, men jeg mener det var den rette måten å arbeide på. Det gjorde også at vi begge ble satt godt inn i situasjonene som oppsto, og vi lærte begge feltet godt å kjenne. Ved noen anledninger var det noe av informasjonen som fremdeles var uklar etter at vi hadde jobbet oss gjennom intervjuet, og da oppsøkte vi informanten på nytt, med oppklarende spørsmål. Jeg ser at en slik måte å gjennomføre intervjuene på kan ha både positive og negative sider, men det er et resultat av en helhetsvurdering. I og med at responsen var såpass dårlig da tolken skulle oversette mine spørsmål på stedet, valgte jeg vekk denne løsningen. Det har også sammenheng med at tolken ved flere anledninger misforsto mitt engelske spørsmål. Dette var en av ulempene med at han var noe ustødig i engelsk, og krevde en mer tidkrevende gjennomgang av intervjuguidene. I og med at i noen av intervjuene var min rolle mer eller mindre nedgradert til å stadig dele ut sigaretter til informanten¹⁵, kan det hevdes at noe av mitt datamateriale er basert på min tolks evne til å kommunisere med mine informanter. Jeg har derfor sett det som viktig å bruke alternative metodetilnærminger (triangulering (Thagaard 2009)) som observasjon og dokumentanalyser, samt å gjennomføre nok intervjuer til at jeg kunne kryssjekke den informasjonen jeg fikk.

Særlig ovenfor offentlige myndigheter, som ofte var noe tvilsomme til å gjennomføre intervju med en utenlandsk "forsker", hadde jeg en tilnærming hvor jeg fortalte at jeg ønsket å lære mer om hvordan de tilnærmet seg turisme. Jeg inntok en ydmyk holdning, og understrekte at jeg hadde valgt dette caset fordi jeg fant både stedet og den utviklingen som foregikk veldig interessant. En slik tilnærming beskrives av O'Brien (2006: 35) som "*teach me approach*". Dette var min grunnleggende tilnærming gjennom hele feltarbeidet, men særlig ovenfor informanter i lokalmyndighetene understreket jeg dette.

Til sammen gjennomførte jeg fire intervjuer med offentlige myndigheter i Diqing TAP og Deqin County. Jeg intervjuet 10 turister, fordelt på vestlige og kinesiske turister. Blant turistene jeg intervjuet var det både kvinner og menn, så vel som eldre og yngre. Jeg prøvde

¹⁵ Dette er vanlig praksis i Kina, og helt avgjørende for å skape en god relasjon og samtale i den situasjonen jeg var i. Det var i noen tilfeller nærmest den eneste måten jeg kunne kommunisere direkte med informanten på.

også å spre det geografiske området hvor jeg intervjuet turistene til å gjelde alle mine fokusområder. Når det gjelder pilegrimer var dette et vanskeligere felt å utforske. De aller fleste pilegrimene snakket dårlig mandarin, og min han-kinesiske¹⁶ tolk snakket ikke tibetansk. Jeg gjennomførte et dybdeintervju med to tibetanske munkker, men ut over dette, bærer informasjonen om pilegrimene preg av kortere samtaler og intervjuer med lokalbefolkningen. Jeg vurderer dette som troverdig informasjon, særlig med tanke på at hovedandelen av den tibetanske lokalbefolkningen jeg snakket med selv utfører pilgrimsreiser.

Til sammen 25 intervjuer ble gjennomført med dem jeg vil kategorisere som ”lokalbefolkning” i mine fokusområder. Dette innebærer hesteførere, restaurant- og hotelleiere, lokale sjåførere, turguider, pensjonister og bønder. I alle landsbyene prøvde jeg å dekke noenlunde de samme informantene, noe jeg er godt fornøyd med gjennomføringen av. Som nevnt er det innenfor denne kategorien størstedelen av mine informanter befinner seg.



Figur 4: Intervju av hesteførere i et fokusområde. September 2009.

Jeg hadde også valgt meg ut en informantgruppe som jeg kategoriserte ”aktører i turistnæringen”, hovedsakelig for å utforske promoteringsstrategier. Særlig turoperatører er her av interesse. Da jeg kom til Deqin County, ble det derimot klart at det ikke var noen

¹⁶ I kontekstkapittelet vil jeg belyse sino-tibetanske relasjoner. Han-kinesere utgjør av 92% av PRC befolkning, med Mandarin som språk

reiseselskaper eller turoperatører av betydning her. Enten er det hoteller eller mindre overnattingssteder som på egenhånd tilbyr guider eller spesifikke turer for turistene, eller er det de større reiseselskapene lokalisert sør for Deqin County, som i Shangrila, Lijiang eller Kunming. Dette førte til at jeg også måtte gjennomføre flere intervjuer utenfor Deqin, og jeg intervjuet til sammen fire turoperatører i henholdsvis Shangrila, Lijiang og Kunming. Fokuset var likevel promotering av Deqin County som turistdestinasjon.

Jeg har vært inne på at jeg i forkant av min feltstudie intervjuet en akademiker i Kunming for å få økt kunnskap om feltet. Da jeg kom tilbake til Kunming i slutten av oktober, ønsket jeg også å diskutere mine funn og tanker med personer med faglig ekspertise, som resulterte i to intervjuer, og flere uformelle samtaler. I tillegg til mine nevnte 51 intervjuer, har utallige samtaler med turister, taxisjåfører, gateselgere, pilegrimer og lokalbefolkning bidratt til min forståelse av området jeg oppholdt meg i høsten 2009. All kunnskap man opparbeider seg under feltarbeid er på sin måte god kunnskap, for det er med på å gi forutsetninger for å forstå den konteksten man opererer i. Jeg ender gjerne opp med å bruke bare en brøkdel av det jeg graver opp under feltarbeidet, men jeg vil likevel hevde at alt jeg har lært på en eller annen måte har påvirket det endelige resultatet, og det grunnlaget jeg nå baserer denne masteroppgaven på.

3.3.3 Observasjon og dokumentanalyse

Jeg har nå tydeliggjort utvelgelsen av informanter og den praktiske utførelse av intervjuene, og hvorfor jeg valgte å gjøre det slik. Intervjuene utgjør en viktig del av det datamaterialet jeg nå sitter igjen med. Jeg vil også fremheve observasjon har vært viktig i mitt feltarbeid. En ting er hva som blir sagt, en annen ting er hva som faktisk blir gjort. Særlig i en samtale med en akademiker ble jeg oppmerksom på viktigheten av det jeg observerer; *”observasjon er viktig, det er der realitetene utspiller seg, gjennom handling”*. Hva informantene forteller kan beskrive hva de synes og mener om det jeg spør dem om, hva de faktisk gjør representerer deres daglige handlinger. Jeg ønsker å kombinere disse metodene, for å få et så rikholdig bilde av ”virkeligheten” som mulig. Samtidig inkluderer observasjonene den tydelige utvikling av turistsektoren; som konstruksjon av utviklingsplattformer, gentrifisering og utvikling av en ny bydel i Deqin City og utvikling av infrastruktur og veinett.

I intervjuer med myndighetene har jeg fått tilgang på dokumenter som jeg finner nyttige for min masteroppgave.¹⁷ Dette gjelder statistikker over den demografiske sammensetningen i

¹⁷ Dokumentene er på kinesisk, men har blitt oversatt til engelsk av min tolk.

studieområdet, utvikling og strategiplaner for turistnæringen, og økonomiske og sosiale årlige oversikter. Det er informasjon jeg ser på som aktuell for å belyse mine problemstillinger, men det er her også viktig å understreke offentlige dokumenters troverdighet. Som Kolås og Thowsen (2005: 18) skriver:

Chinese statistical materials are notoriously unreliable. [...] Statistics are generally riddled with errors. Politically motivated distortions could make data on production and income levels particularly unreliable.

Jeg har også opplevd at data jeg har funnet i statiske offentlige dokumenter ikke har stemt overens med øvrig informasjon i samme dokument, eller med andre dokumenter. Likevel er det mye som ser ut til å korrelere med det jeg har observert og blitt fortalt. Jeg anser det offentlige dokumentmaterialet å være relevant for min studie, men det er viktig å være bevisst på at det kan være feil og mangler, både på grunn av vanskeligheter med å ha total oversikt i marginaliserte områder, og at det kan være politiske motiver bak den informasjonen jeg ble tildelt.

3.3.4 utfordringer under feltarbeid

Som nevnt var de første intervjuene jeg gjorde med en akademiker og utdannete folk i offentlige stillinger. Etter å ha gjennomført noen intervjuer med lokalbefolkningen i Deqin, så jeg at noen av spørsmålene var for abstrakte til at jeg fikk relevante svar. Jeg gjorde da noen forandringer i intervjuguidene, slik at spørsmålene ble mer tilgjengelig for informantene. I mitt første intervju med tolk, hadde jeg en opplevelse som gjorde at jeg endret framgangsmåte på forberedelse til intervjuet. Tolkten hadde misforstått et spørsmål jeg ønsket å stille, og dermed fått svar på noe helt annet. Da vi gikk igjennom intervjuet, var svaret usannsynlig i forhold til det jeg hadde forventet. Dersom dette hadde gått oss forbi, ville jeg hatt et oppsiktsvekkende svar, men det ville vært helt uriktig. Heldigvis ble misforståelsen oppklart. Dette var en bra og viktig opplevelse som satt fokus på å unngå tilsvarende misforståelser i resten av feltarbeidet, selv om jeg selvfølgelig ikke kan utelukke andre misforståelser.

Første uken i oktober, nasjonalferien i Kina, tilbrakte jeg i Yubeng Village. Dette er et sted som har blitt en viktig turistdestinasjon i Deqin County. Kanskje det var en taktisk feiltakelse å være her denne uken, da innbyggerne var veldig opptatt med å ta seg av turister. På den ene siden var dette bra, da jeg kunne observere den store turistaktiviteten, og jeg fikk mulighet til å prate med masse turister. Jeg kunne se hvordan hotellene ble fylt opp, og hvordan lokalbefolkningen utnyttet mulighetene til økt fortjeneste på grunn av mangel på

overnattingssteder. Samtidig var det vanskelig å få gjennomført (gode) intervjuer med lokalbefolkningen. Flere beklaget at de ikke hadde tid, mens andre ble avbrutt og måtte forlate meg etter bare noen få spørsmål. Ved et tilfelle måtte jeg avbryte intervjuet, og gjennomføre resten senere på dagen, da informantene var ferdig med dagens gjøremål. Det var også tungt regn under uken jeg var i Yubeng, noe som gjorde intervjuprosessen vanskeligere. Alt var vått, og folk løp fra sted til sted. Det dårlige været gav dem ekstra mye å gjøre. At informantene her var såpass opptatte, og til stadighet ble avbrutt, kan selvfølgelig ha påvirket kvaliteten på svarene jeg fikk; de kan ha vært ukonsentrert og dermed ikke gitt gode svar, eller kan ha gitt korte forenklede svar på grunn av dårlig tid og andre gjøremål. Jeg mener likevel å ha gjennomført tilstrekkelig med intervjuer i Yubeng, til at jeg kan danne meg en forståelse av hvordan situasjonen i Yubeng er i dag, og hvordan det var før turismens inntog. Informasjonen informantene gav ble kryssjekket med andre svar jeg fikk, og det synes å være troverdige svar som er gitt.

3.3.5 Posisjonalitet – Bare en vanlig turist?

Mine personlige karakteristikk, som kjønn, alder og etnisitet, kan ha vært avgjørende for utfallet av mitt feltarbeid (Hammersley & Atkinson 2007). De understreker også at noen ganger kan det være en fordel å være ”lokal” eller ”insider”, andre ganger en ulempe. En fordel med å bli sett på som en insider, er at man da gjerne er en de kan stole på, og blir gitt troverdig informasjon, fremfor at informantene benytter seg av den fasaden som ofte settes opp for turister. I mitt case er dette særlig relevant. Haaland (Udatert) understreker at lokalbefolkninger i turismedominerte områder har kunnskap om hvordan det er forventet at de skal oppføre seg ovenfor turister, for å gi turistene det de ønsker å oppleve. Dette var en av grunnene til at jeg ønsket å bli oppfattet som ”forsker”, og ikke som turist. For å få innblikk i det ”ekte”, og ikke de representasjonene av dem selv som de har lært at jeg (som turist) forventer. Her kan man si at jeg nok hadde et ønske om å komme forbi lokalbefolkningens ”frontstage”, og få ta del i deres ”backstage” (Goffman 1959). Jeg brukte på mange måter min identitet og posisjonalitet som ”ikke-turist”, på å nærme meg det jeg oppfattet som deres ”backstage-tilværelse”. Selv om jeg kanskje kom forbi deres mulige turistfasade, må jeg likevel understreke at jeg var en fremmed person i en fremmed kontekst. Jeg ble oppfattet som en ressurssterk vestlig forsker, som også vil kunne påvirke hvordan lokalbefolkningen forholder seg til meg og min tolk. Jeg opplevde selv at jeg slik var både insider og outsider på samme tid. Ifølge Hammersley og Atkinson (2007) kan det å oppsøke en rolle som insider

vis seg å være negativt, da mange kan føle at det er mer komfortabelt å gi informasjon til en fremmed.

Men under feltarbeidet mitt er det ikke bare *min* posisjonalitet som må diskuteres. De aller fleste intervjuene ble gjennomført via en tolk, som på mange måter var like mye outsider i Deqin County som meg, til tross for at han er Kineser. Mitt caseområde ligger som nevnt på grensen til Tibet (TAR), og innehar 80 % tibetanere. Kina og Tibet har en brokete historie, selv om Yunnan nok er den provinsen hvor tibetanerne er best integrert i det kinesiske samfunn. Under et intervju opplevde jeg at sino-tibetanske relasjoner og historie påvirket intervjusituasjonen. Sannsynligvis av ren høflighet sa informanten ja til å gjennomføre intervjuet, men det viste seg snart at svarene jeg fikk var både mangelfulle og ukorrekte. Ifølge min tolk opplevde han situasjonen som ubehagelig, og mener deres etniske forskjeller var grunnen til at dette intervjuet ikke ble gjennomført på en tilstrekkelig god måte. Det må påpekes at dette hørte med til sjeldenhetene, og var ikke noe som preget feltarbeidet i betydelig grad. Tolkens posisjonalitet gjorde at jeg ytterligere understreket at han kun var min tolk, og ikke hadde noe med studiet å gjøre utover det.

3.4 Metodediskusjon

Når det gjelder forskningsarbeid er det nødvendig å være kritisk refleksiv. Med det mener jeg at som forsker må en være klar over at de valg og handlinger man tar kan påvirke resultatet av ens undersøkelser, og derfor er det viktig å ha fokus på egen rolle som informasjonssøker. Jeg har prøvd å være bevisst min rolle som en fremmed forsker i den konteksten jeg har studert. Hadde jeg hatt en annen fremgangsmåte ville datagrunnlaget mitt sett annerledes ut. Dermed er det jeg har funnet et resultat av den konteksten og de prosesser jeg har studert, i kombinasjon med hvordan jeg har studert dem. Jeg er derfor ydmyk ovenfor mine funn, og har etter beste evne prøvd å belyse hvordan jeg har gått frem for å få det datagrunnlaget jeg nå har. For å diskutere min studies kvalitet, vil jeg nå ta for meg tre grunnleggende prinsipper innenfor kvalitativ forskning; *overførbarhet*, *bekreftbarhet* og *troverdighet*. Jeg vil plassere min egen studie i lys av disse begrepene.

3.4.1 Overførbarhet

Teoretiske studier har som målsetning at kunnskapen som genereres gjennom blant annet casestudier, også skal ha relevans i andre situasjoner. Som jeg har vært inne på tidligere er det likevel uenighet i hvor stor grad en casestudie må være overførbar (Stake 2005, Thagaard

2009). Når man diskuterer overførbarhet omhandler dette at funn og forskerens tolkninger vil kunne overføres til en annen kontekst, noe som gjør at forskerens rolle blir avgjørende for casets overførbarhetsverdi (Thagaard 2009). Hvordan forskeren tydeliggjør og argumenterer for sine funn, vil også tydeliggjøre leserens forståelse av de fenomener og tendenser som er studert, som i neste omgang vil kunne muliggjøre leserens evne til å plassere caset i lys av andre studier. Slik kan både forsker og den som leser teksten bidra til overførbarhet av caset. Min målsetning er ikke analytisk generalisering med tanke på å utvikle ny teori, men jeg vil diskutere om mine funn kan være overførbare til andre kontekster.

Jeg har valgt å ta for meg flere fokusområder, nettopp for å kunne sammenligne steder innenfor samme felt, men med noe forskjellige kontekster. Jeg håper dette vil bidra til å synliggjøre en eventuell overførbarhet. Myndighetenes strategier er ikke unike, og det kan hevdes at tilsvarende strategier for utvikling også finner sted i andre områder. Så kan mine tolkninger av hvilke effekter dette har, overføres til andre kontekster og andre etniske folkegrupper i Kina? Måten den tibetanske lokalbefolkningen har engasjert seg i turisme er ikke definert ut i fra deres etniske identitet, men etter et ønske om økonomisk vekst og utvikling. Det er ingenting som tilsier at deres ønske om utvikling skiller seg i nevneverdig grad fra andre lignende områder i Kina. Dette har jeg også fått understreket i intervju med akademikere i Kunming. Jeg har gitt en detaljert gjennomgang av feltarbeidet, for at leseren skal kunne danne seg en forståelse av mine funn og tolkninger, og dermed også selv gjøre seg opp en forståelse av mitt case, og eventuelt kunne finne overførbarhetsverdi til andre studier eller kjente kontekster.

3.4.2 Bekreftbarhet

For å kunne sikre overførbarhet, er det avgjørende at forskningen også er bekreftbar. Stake (2005) påpeker at gjennom å ta i bruk *forskjellige* kilder og metoder gjennom studiet (triangulering), kan man klargjøre mening og gjøre det lettere for andre forskere å verifisere ens tolkninger og observasjoner. Bekreftbarhet tilsier at studien er gjennomført på en slik måte at en annen forsker vil kunne komme frem til et tilsvarende resultat det samme stedet, gjennom å følge de metoder man selv har benyttet seg av. Jeg har tidligere vært inne på forskerens egen rolle i møte med informantene og området man studerer, og hvordan utfallet er avhengig av forskerens subjektive meninger og evne til å kommunisere med informantene. Dette vil vanskeliggjøre mulighetene for at en annen forsker vil komme frem til nøyaktig like resultater, men ikke umuliggjøre tilsvarende funn.

3.4.3 Troverdighet

Et prosjekts overførbarhet og bekreftbarhet er avhengig av at det også er troverdig. Man kan derfor hevde at forskningens kvalitetsgrunnlag avhenger av dens troverdighet. Ifølge Thagaard (2009) er *reliabilitet* og *validitet* to viktige begreper innen troverdighet. *Reliabilitet* er knyttet til hvordan forskeren redegjør for hvordan data er utviklet; hva som er hentet ut fra feltarbeidet, og hva som er forskerens egne vurderinger og tolkninger av denne informasjonen. Med andre ord en konkretisering av hva som er innhentet data, og hva som er analysen av denne. Thagaard (2009) understreker at forskeren må reflektere over sine fremgangsmåter og i hvilken kontekst informasjonen blir hentet frem. *Validitet* handler om forskerens tolkning av data, og tolkningens gyldighet. De tolkninger som trekkes må samsvare med den virkeligheten som studeres. Dersom tolkningene kan knyttes til andre studier omtales dette som *ekstern validitet*, og kan knyttes til overførbarhet. Dersom gyldigheten ikke gjelder ut over caset som studeres, kalles det *intern validitet*. I likhet med reliabilitet er det fremgangsmåten og analysegrunnlaget som legger grunnlaget for hvorvidt resultatene blir ansett som validerte.

Jeg har gjennom oppgaven prøvd å tydeliggjøre hva som er innhentet data gjennom intervjuer og dokumenter, og hva som er mine tolkninger og analyseringer av dette. Jeg har forsøkt å ha et bevisst forhold til mine fremgangsmåter, i visshet om at det vil påvirke de funn jeg sitter igjen med etter feltarbeidets slutt. Jeg har forsøkt å tydeliggjøre mine metodologiske valg, for å gjøre oppgaven mest mulig forståelig og tilgjengelig for leseren, og for å sikre bekreftbarhet og troverdighet i min studie. Ifølge Thagaard (2009) blir en casestudies troverdighet forsterket gjennom høy grad av reliabilitet og validitet, som også styrker mulighetene både for bekreftbarhet og overførbarhet til annen empiri.

4. KONTEKST

I kontekstkapittelet vil jeg ta for meg klassifiseringen av de etniske minoritetsgruppene i Kina, som ble iverksatt av folkerepublikken på 1950-tallet. Siden min studie er basert på et tibetansk område i Kina, er det også hensiktsmessig å kort belyse forholdet mellom Kina og Tibet. Kinesiske myndigheter har en svært sentral rolle i de fleste samfunnsmessige forhold i Kina, også når det gjelder turistnæringen. Jeg vil derfor også ta for meg forskjellige administrative nivåer, og offentlige myndigheters rolle i utvikling av turistnæringen.

4.1 Minzu – og det kinesiske nasjonaliseringsprosjekt

Minzu er det kinesiske ordet for “*etnisk gruppe*” (ethnic group). *Minzu* kan også forstås som “... *the inhabitants of a country or the different ethnic groups within a country*” (Kolås og Thowsen 2005: 37). I kinesisk dagligtale referer likevel ordet *minzu* som regel til “*minoritetsgruppe*”. Dette er fordi det viser til de etniske grupperingene ut over den kinesiske han-befolkningen som utgjør 92 % av Kinas befolkning. I forhold til han-kineserne blir alle de øvrige etniske gruppene minoriteter.

Da Folkerepublikken Kina (PRC) ble grunnlagt i 1949, sto de ovenfor en stor oppgave med å kategorisere den etniske diversiteten i “midstens rike”. Kinesiske etnografer fikk oppgaven med å redefinere konseptet “etnisk minoritet” i en kommunistisk kontekst, og å identifisere etniske grupper i det nye riket (Kolås og Thowsen 2005). I denne prosessen ble Stalins fire kriterier for nasjonalitet brukt; felles *territorie*, felles *språk*, felles *økonomi* og felles *psykologiske natur* som manifesteres i *felles kultur*. Også Friedrich Engels og Lewis Henry Morgans teorier om sosial evolusjon var sentrale byggeklosser i det store “*minzu identification project*” (*minzu shibie*). På 1950-tallet begav en hær av kinesiske etnografer seg i kast med å klassifisere befolkningen i Kinas periferier. I følge Harrell (1995) ble folks egen etniske bevissthet også lagt til grunn under klassifiseringsprosessene, og de ble også oppfordret til å søke om status som etnisk minoritet dersom de ønsket dette, noe som resulterte i nærmere 400 søknader. Klassifiseringen endte i første omgang med 54 etniske grupper, inkludert han-kinesere. Senere har to minoritetsgrupper kommet til, hvilket betyr at Kina i dag består av 56 etniske grupper, hvorav 55 grupper regnes som etnisk minoritetsbefolkning.

Dette prosjektet handlet ikke bare om å identifisere forskjellige etniske grupper, de skulle også plasseres i forhold til en evolusjonær utviklingskurve. Dette viser til hvor langt en

folkegruppe er kommet i den universelle historiske progresjonen på det tidspunkt de blir klassifisert. Disse historiske stadiene er; primitiv, slave, føydal, kapitalistisk, og sosialistisk, og baseres på den marxistiske tilnærmingen av produksjonssystem (Harrell 1995). Det betyr at klassifiseringen foregikk ikke bare etter hvilke etniske kvaliteter man innehadde (etter Stalins kriterier), men også hvilken produksjonsform man levde etter. Sistnevnte var viktig for å planlegge den politiske kampen og utviklingskampanjene som nødvendigvis måtte følge. Politisk var det også viktig å bestemme gruppers evolusjonære plassering, for bedre å kunne implementere de kommende landreformene. Dersom en etnisk gruppe ble kategorisert som "føydal", kunne man forvente voldelige klassekamper, mens en gruppe identifisert som "primitiv" ville unngå slike voldelige prosesser. Med forståelsen om at forskjellige folkegrupper tilhørte ulike nivåer av sosial utvikling, ble de etniske minoritetsgruppene fort identifisert som mindre utviklet i det evolusjonære systemet enn den sosialistiske majoritetsbefolkningen. Resultatet av dette er at den moderne og "utviklede" han-majoriteten har gitt seg selv oppgaven å hjelpe og utvikle de primitive og "underutviklede" minoritetsgruppene i det store kinesiske fellesskapet. Kolås og Thowsen (2005: 38) referer til denne forståelsen som et "*mission to civilize the natives*". Det er viktig å være klar over dette forholdet, og ikke minst denne opplevde ansvarsfølelsen, når man tar for seg utvikling i marginaliserte områder i Kina, også i dag.

Det må også legges til at identifiseringen av etniske grupper i det store nasjonaliseringsprosjektet ikke bare var for å definere minoritetsbefolkninger. Det var også et viktig ledd i å definere en *han-identitet*, en felles identitet som skulle stå i fronten for de kommunistiske revolusjoner som nasjonen hadde i vente. "*The identification of certain groups within China as minorities and the recognition of the Han as a unified majority played a fundamental role in forging a unified Chinese nation*" (Gladney 2004: 13). I følge Harrell (1995) hadde dette kommunistiske prosjektet likevel ikke som mål i seg selv å gjøre Kinas perifere befolkning mer lik den regjerende majoritetsbefolkningen, men heller å bringe dem opp på et modernisert nivå som tilsvarte dem selv. Det var ikke han-befolkningen i seg selv som sto i sentrum, men deres nivå av utvikling. Deres plassering i den historiske konteksten skulle vise vei for de bakstreberske produksjons- og organisasjonsmetodene som minoritetsbefolkningen representerte. I lys av dette kan man bedre forstå turistguidens

åpningsreplikk i ”Jinuo Village Park” i sørlige Yunnan: ”*Jinuo people have gone from a primitive society to a socialist society in less than 50 years*” (Waage 07)¹⁸.

Men Harrell (1995: 25) understreker at dette prosjektet ikke har blitt slik ideologien ønsket, og at det tok form ”(...) *with culture as the measure of centrality and Han as the actual center*”. I følge Gladney (2004: 35) er ”*The notion of minzu [is] intimately connected to the promotion of the Han as the majority minzu of a multi-minzu China*”. Harrell hevder at det ikke er umulig å oppnå samme utviklingsnivå i forskjellige folkegrupper, men at premissene legges av majoriteten:

As long as such an innate, almost visceral Han sense of superiority remains, the actual program of the Communist project will be based on the unconscious assumption that Han ways are better, more modern ways. Peripheral peoples who act like Han – who are educated, Hanophone, *cultured* – will be treated equally with their Han compatriots. But it is Han culture that sets the standard. (Harrell 1995: 26)

Med en slik forståelse av de prosessene som skjer og har skjedd i Kina siden grunnleggelsen av folkerepublikken, er det flere som har hevdet at det vil føre til *assimilering*¹⁹ (Harrell 1995). Harrell stiller seg ikke uenig i at det kan resultere i dette gjennom tidenes løp, men understreker at det i så fall vil ta meget lang tid. Å opprettholde identitetsmarkører som tydeliggjør forskjellene mellom etniske grupper er viktig. Nasjonaliseringsprosjektet kan ironisk nok også ha bidratt til å forsterke etniske identiteter som var nærmest glemt (Kolås og Thowsen 2005). Men i utviklings- og sosialiseringssprosessene som fremmes av Kinesiske myndigheter har *minzu*-egenskaper som står i veien for utvikling blitt undertrykket, mens egenskaper som fremmer etnisk stolthet uten å gå på bekostning av progresjon, har blitt oppfordret. ”*This is why the Communist state has placed so much emphasis on festivals, costumes, and the inevitable dancing in a circle*”, i følge Harrell (1995: 26). Dette er aktiviteter og kulturelle egenskaper som står sentralt i promoteringen av turisme, som også kinesiske myndigheter er dypt involvert i. To dominerende ideologier kan identifiseres til produksjonen og kommodifiseringen av *minzu*-kultur i Kina (Oakes 1998). På den ene siden har ivaretagelse av ”tradisjonell *minzu*-kultur” blitt viktig for moderniseringsprosjektet, hvor *tradisjon* former en viktig ideologisk plattform for et opplevd nasjonalt fellesskap, og tillater at etniske minoriteter kan integreres i den nasjonale utvikling uten å føle at de mister sin

¹⁸ Jinuo er en etnisk minoritet lokalisert i Xixhuangbanna Dai Autonomous Prefecture, Yunnan, ved grensen til Myanmar og Laos. ”Jinuo Village Park” er en temapark for turister, basert på Jinuo-folkets historie og kultur, hvor jeg gjennomførte et feltarbeid i 2007.

¹⁹ Assimilering defineres gjerne som den prosess som gjør at en minoritetskultur utslettes og forsvinner slik at gruppen mister sin etniske identitet, og dens medlemmer blir, kulturelt sett, identiske med medlemmer av vertssamfunnet

kulturelle bakgrunn. På den andre siden, hevder Oakes, har ivaretagelse og promotering av minzu-tradisjoner vært motivert av (og begrenset til) økonomisk og kulturell utvikling for å bekjempe rural fattigdom og diverse mindre økonomiske tenkemåter som ofte regjerer blant Kinas minoritetsbefolkning. Det synliggjøres her altså to viktige politiske aspekter knyttet til etniske minoriteter og utvikling; integrasjon hvor etniske grupper opprettholder sin opplevelse av etnisk identitet, og økonomisk utvikling i marginaliserte områder. Av en informant fikk jeg trukket frem at en lokalpolitikers viktigste oppgave er å opprettholde balansen mellom *harmoni* og *progresjon*; det må foregå utvikling og progresjon, men på en slik måte at befolkningen er fornøyd og opprettholder sin tillit til myndighetene. I denne forbindelse blir turisme et godt virkemiddel for myndighetene, som både skaper en arena for ivaretagelse, reproduksjon og utfoldelse av etniske identitetsmarkører, og som ser ut til å medbringe økonomisk vekst og utvikling til marginaliserte områder. Eksempler på utvikling kan her være forbedret elektrisitets- og kommunikasjonsnett samt helse- og skoletilbud.

Jeg har nå i korte trekk tatt for meg hvordan de forskjellige etniske gruppene er identifisert og kategorisert. En av disse gruppene er tibetanere (Zang), som i all hovedsak utgjør befolkningen i Deqin County. Forholdet mellom etniske tibetanere og han-majoriteten har imidlertid lenge vært utfordret.



Figur 5: Kart over tibetanske områder.²⁰

Kinesiske historikere mener at Tibet (Xizang) har vært en del av Kina i over et årtusen, og at det ble "fredelig frigjort" av Folkets Frigjøringshær (PLA) i 1950 (Kolås og Thowsen 2005).

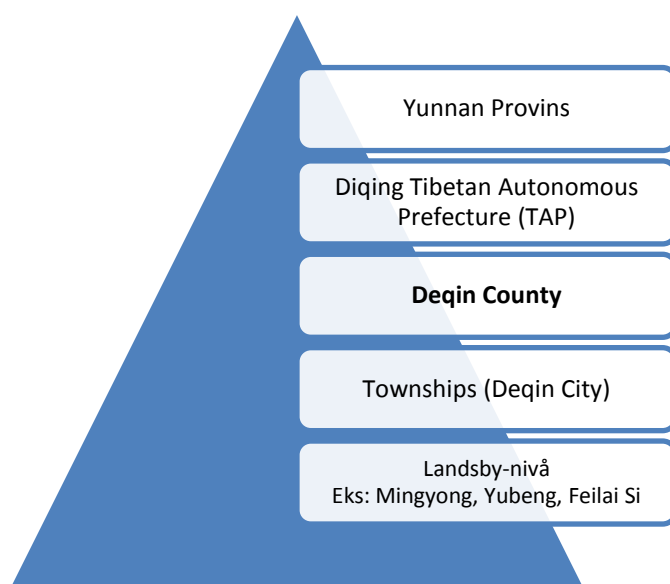
²⁰ <http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/6b/Tibet-claims.jpg> : 14.12.2009: 16:01

Tibetanere som rømte landet og dannet en eksilregjering i Dharamsala i nordlige India, hevder derimot at ”frigjøringen” var en militær invasjon av et uavhengig land. Den tibetanske eksilregjeringen i India har lenge forlangt Tibets uavhengighet, og hevder at Kina undertrykker Tibet og tibetanere gjennom blant annet utnyttelse av områdets naturressurser og storskala immigrasjon av han-kinesere som fører til ”*cultural genocide*” (Kolås og Thowsen 2005: 37). Til tross for en internasjonal oppfatning om at Tibet er et undertrykt land under Kinesisk ledelse, er det ingen land som offisielt har anerkjent Tibet som en uavhengig nasjon.

4.2 Administrative nivåer i Folkerepublikken Kina ²¹

Det høyeste nivået i det kinesiske administrative systemet er ”*provinsen*”. I tillegg til 22 vanlige provinser, er det fire byer (Beijing, Shanghai, Tianjin og Chongqing) og fem autonome regioner som innehar status som provins. Tibetan Autonomous Region (TAR) er altså en administrativ enhet på provins-nivå. I hver provins er det ”*prefekturer*”. Noen prefekturer er ”autonome prefekturer”, bestående av en eller flere etniske minoriteter. I en autonom region finnes ingen autonome prefekturer, siden disse er underlagt et administrasjonsnivå som allerede er tilskrevet en etnisk minoritet.

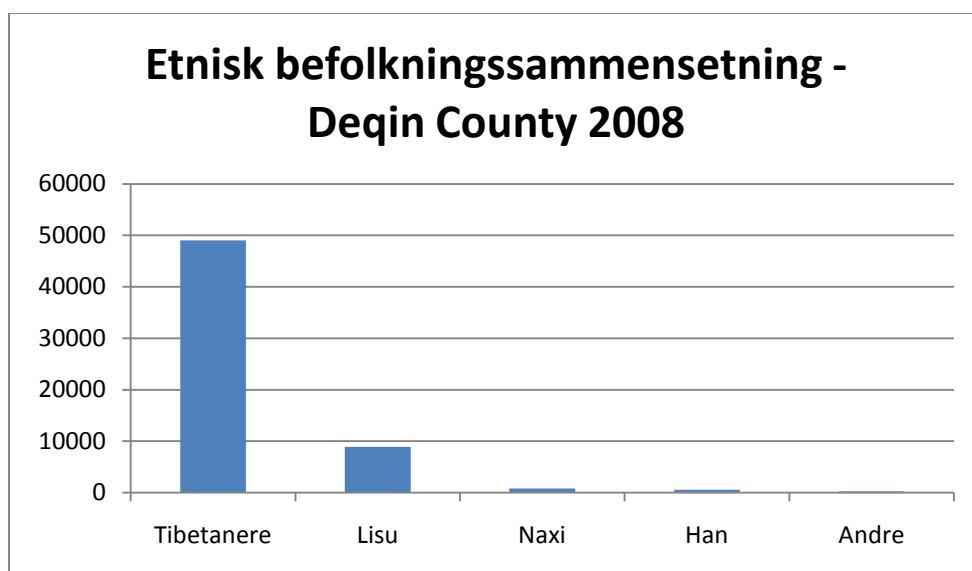
I hvert prefektur er det ”*counties*”. Et county kan også ha status som autonom, tilhørende en eller flere etniske minoriteter. Et county er bestående av ”village-districts” eller ”townships”, som er det laveste administrative nivået for de mange landsbyene som utgjør hvert county.



Figur 6: Administrative nivåer

²¹ Hovedsakelig hentet fra Appendix 1, Kolås og Thowsen 2005: 183

Disse administrative nivåene viser også de forskjellige geografiske skalanivåene denne studien er basert på. Som tidligere beskrevet er Deqin County det nordvestligste av tre countyer i Diqing TAP, og siste stoppested før Tibet (TAR). Deqin County er sammensatt av en mengde etniske minoriteter, med tibetanere i stor overvekt. Av Deqin Countys totale permanente befolkning på 59.569 personer, er 49.056 av dem tibetanere. Befolkningen i Deqin County fordelt på 13.447 hushold, fra 42 landsbyer ²².



Figur 7: Etnisk befolkningssammensetning Deqin County 2008

4.3 Myndighetenes rolle i turistnæringen

Som mine problemstillinger indikerer, vil jeg utforske hvilke økonomiske og sosiokulturelle konsekvenser vi kan lese av turistaktiviteten som foregår i Deqin County. Men i den kinesiske konteksten kommer vi ikke utenom å også nevne det politiske system og myndighetenes tilstedeværelse. Turisme er et middel i den kinesiske politiske konteksten, og til tross for stadig økende ansvarsfordeling til rurale myndigheter og lokalbefolkninger, er det meste av det som foregår på en eller annen måte initiert eller kontrollert av det Kinesiske Kommunistparti (CCP). Dette involverer også utvikling av turistsektoren, gjennom blant annet offentlig eierskap i en rekke større turistselskaper og utvikling av infrastruktur som flyplasser, toglinjer, veinett, vann og elektrisitet. Myndighetene spiller også en aktiv rolle innen promotering (propaganda) og merkevarebygging av turistdestinasjoner. Rurale

²² Datamaterialet er hentet fra intervju med *Deqin County Statistical Bureau*.

myndigheter ser ofte på turisme som veien mot økonomisk og sosial utvikling (Kolås 2008). Dette er også tilfelle i min casestudie. Kinesiske myndigheter har som nevnt to overordnede mål, som i forbindelse med turisme kan sees på som særdeles komplimentære. Dette er ”oppretholdelse av harmoni” og økonomisk utvikling. Gjennom utvikling av turisme som promoterer lokal kultur og etnisitet, og som samtidig genererer økonomisk vekst, er det ikke problematisk å se hvorfor turisme er et offentlig satsingsområde i flere marginaliserte områder i Kina.

Dette avsnittet er ment å belyse kinesiske myndigheters tilstedeværelse i utviklingen av turistnæringen. Men jeg ønsker også å påpeke noen av de utfordringene man står ovenfor i møtet med turisme som en viktig katalysator for forandring. Jeg har i teorikapittelet tatt for meg hvordan dette kan gi både økonomiske og sosiokulturelle effekter, og vil nå helt kort belyse myndighetenes rolle:

China possesses a wealth of resources around which to develop tourism [...] and the industry has benefited directly from both the sustained economic growth that China has experienced over the last two decades and the active support of the government. (Williams 2009: 72)

Det er vanskelig å ta for seg utviklingen av turisme i Kina uten å referere til den politiske konteksten. Som jeg har vært inne på tidligere, er politisk stabilitet avgjørende for utvikling av turistnæringen. Williams (2009) understreker at under Mao Zedongs kommunistiske styre var Kina praktisk talt et lukket land, hvor turisme ble sett på som antitesen til det sosialistiske Kina. Utviklingen av moderne turisme i Kina kan derfor nærmest bestemmes til året 1978, under det nye styret av Deng Xiaoping, som markerte en fornyet åpenhet mot det internasjonale markedet, også kalt ”*open door policy*” (Williams 2009: 72). Gjennom landets fornyede fokus på økonomisk interaksjon med omverden, har turisme utviklet seg til å bli en sentral komponent i moderne Kinas økonomiske og sosiale planleggingsstrategier (Williams 2009). Med stor støtte og involvering fra myndighetenes side, har utviklingen av turistnæringen vært stor. Et av målene med å tiltrekke seg utenlandske turister var å tilføre utenlandsk kapital til den stadig voksende kinesiske økonomien. Fra nærmest ikke-eksisterende i begynnelsen av 1980-tallet, var antallet utenlandske ankomster i 2005 på hele 20,3 millioner. Av disse er hele 12,5 millioner fra de økonomisk utviklede landene Japan og Sør-Korea, mens antallet internasjonale besøkende fra Europa kun strekker seg til 2,6 millioner (Williams 2009). Så til tross for globaliseringsprosesser som jeg har vært inne på (time-space compression), kan man anta at geografiske avstander også påvirker folks reisemønstre. Her er det også verdt å nevne at Kina allerede har verdens største innenlands

turistmarked, estimert til nærmere 870 millioner reisende, som gjør det totale kinesiske turistmarkedet til i underkant av 900 millioner reisende årlig (Williams 2009).

Allerede tidlig på 1990-tallet ble turisme introdusert som en strategi for utvikling i tibetanske og andre etniske minoritetsområder, og veksten i den nasjonale turistaktiviteten henger nøye sammen med sentralmyndighetenes utvidelse av de årlige nasjonale feriene i 1999 (Kolås 2008). I tillegg til utvidelse av "spring-festival" i februar, fikk Kineserne nå også en hel uke ferie i forbindelse med nasjonaldagen 1. oktober. Utvidelse av disse feriene var hovedsakelig for å få fart på økonomien og omtales fremdeles som "the Golden Week". For det internasjonale turistmarkedet var Kina i 2004 rangert som den fjerde viktigste destinasjonen, og forventes å være den viktigste destinasjonen for internasjonal turisme innen 2020 (UNWTO, 2005a i Williams 2009).

Williams understreker at gjennom voksende turisme, følger det også en rekke utfordringer for Kina. Grunnet den raske utviklingen av turistsektoren, har man mange steder hatt problemer med å implementere planverk og målsetninger for utvikling av turistdestinasjoner; man har hatt infrastrukturelle svakheter som dårlig utbygget veinett og overnattingsmuligheter for turister, organiseringsproblemer knyttet til administrering av turistnæringen og manglende utdanning og kunnskap blant ansatte i turistsektoren. Videre har Kina hatt utfordringer med sitt image internasjonalt, og blir ofte sett på som en totalitær stat med et undertrykt folk. Det har også vært en enorm konsentrasjon av turister til østlige urbane strøk. Dette er et resultat av store avstander og utfordrende naturforhold, men henger også sammen med at Kina har ventet lenge med å åpne enkelte steder for turisme. Per i dag er likevel de aller fleste områder i Kina tilgjengelig for både nasjonale så vel som internasjonale turister (Williams 2009).

Her må det også nevnes at Kina er et såkalt nylig industrialisert land (NIC)²³, som innebærer en stor økonomisk vekst og utvikling. En har gjentatte ganger kunnet observere Kinas evne til å tilpasse seg nye utfordringer i kjølvannet av moderniseringsprosessen som har funnet og stadig finner sted, og Williams (2009) påpeker også noen av disse knyttet til utviklingen av turistindustrien. Dette innebærer modernisering og utvikling av transportsystemer, trening og utdanning av ansatte i turistsektoren, og åpning av de kinesiske markedene for internasjonale investering som også kommer turistnæringen til gode. Videre har også myndighetene aktivt gått inn for å promotere turistattraksjoner og regioner for det stadig økende turistmarkedet,

²³Kategorisert mellom industriland og utviklingsland:

http://en.wikipedia.org/wiki/Newly_industrialized_country#cite_note-Limits-2 : 01.12.09: 12:08

både nasjonalt og internasjonalt (Williams 2009). Dette, i kombinasjon med økt politisk fokus og ansvarsfordeling til rurale strøk, har bidratt til økt turistaktivitet i områder som tidligere har vært lite tilgjengelig for turister.

The potential for tourism to play a transformative role in China is therefore not in doubt, provided the Chinese can find sustainable solutions to the challenges that they currently face. (...) (The case of China) shows how economic growth and geopolitical stability are essential prerequisites to tourism development, and also how government has an ongoing role in regulating what is a diffuse industry (.). (Williams 2009: 76)

Mitt studieområde kan regnes for et typisk ”utilgjengelig” område, hvor flere av Williams’ nevnte utfordringer er å finne. På samme tid opplevde jeg at det blir gjort mye for å imøtekomme disse utfordringene. Veier og broer, hoteller og ”scenic spots” er under konstant utbygging og utbedring. Stadig flere tar utdanning innen turisme, og eksterne aktører fra andre turistområder i og utenfor Yunnan provinsen slipper til med sin kunnskap og erfaring om utvikling og håndtering av turistsektoren.

Lokale myndigheter er viktige agenter for utvikling av turistnæringen. Provinsielle myndigheter har stor reguleringsmakt, mens prefekturmyndighetene spiller en viktig rolle i lokale planleggingsstrategier og policy-making. I mange tilfeller er det opp til lokalmyndigheter på county-nivå å stå for implementering av dette planverket:

Whereas the province government wields considerably regulatory power, the prefecture government plays a vital role in the local planning of tourism, and in making decisions on the implementation of policy guidelines. The latter is often relegated to lower levels of administration. (Kolås 2008: 12)

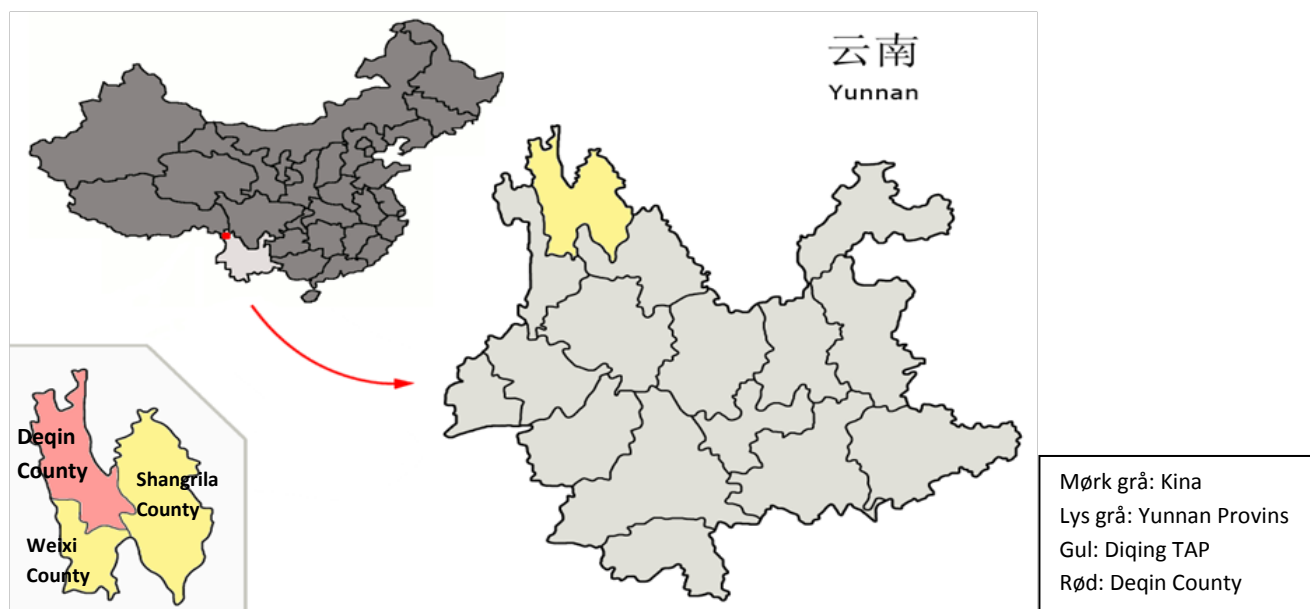
Jeg ble fortalt at lokale myndigheter i Deqin County selv bestemmer mye i utforming og implementering av utviklingsstrategier, men får økonomisk støtte fra sentralmyndigheter i Beijing. Innen markedsføring slipper private så vel som offentlige aktører til, og i tillegg til Williams nevnte punkter over, brukes turisme også som et verktøy for å fremme lokal kultur og identitet.

I dette kontekstkapittelet har jeg tatt for meg klassifiseringen av etniske minoriteter i Kina, og jeg har kort belyst sino-tibetanske relasjoner. Avslutningsvis har jeg redegjort for hvilken rolle myndighetene spiller for utviklingen av turisme i Kina. De to kapitlene som nå følger utgjør min analyse. I kapittel 5. tar jeg for meg hvorfor og hvordan *myndighetene* satser på turisme, mens kapittel 6. omhandler *lokalbefolkningens* tilnærming til turistnæringen, og dens lokale effekter.

5. MYNDIGHETENES SATSING PÅ TURISME

Jeg vil i dette kapittelet gjøre rede for *hvorfor og hvordan* det satses på turisme i nordvestlige Yunnan, med fokus på mitt studieområde Deqin County. Kapittelet omhandler hvorfor lokalmyndighetene har turisme som strategi for økonomisk vekst og lokal utvikling, ved å adressere hvilken motivasjon som ligger bak turismesatsingen og hva myndighetene forventer at satsingen vil føre til. Det gjøres videre rede for hvordan det satses på turisme i Deqin County gjennom utvikling av infrastruktur og *promoteringsstrategier*. Avslutningsvis tar jeg for meg økonomiske og sosiale følger av den politikken som er ført i Deqin County de siste årene, og hvordan de lokale myndigheter plasserer turisme i forhold til denne utviklingen.

Som tidligere skissert, er lokalmyndighetene i Deqin County underlagt myndighetene i Diqing Tibetan Autonomous Prefecture (TAP), som er et byråkratisk nivå høyere i det administrative system. Hva som planlegges og bestemmes i Diqing TAP, vil også være utslagsgivende for hvordan turistnæringen kan utfolde seg i Deqin County. For å forstå hva som skjer i mitt studieområde Deqin County, vil jeg derfor først belyse den konteksten lokalmyndighetene opererer innenfor.



Figur 8: Kart over Deqin Countys geografiske lokalisering ²⁴

²⁴ [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Location_of_Dêqên_County_within_Yunnan_\(China\).png](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Location_of_Dêqên_County_within_Yunnan_(China).png) 03.04.10: 14:11

5.1 Strategier for vekst i turistnæringen i Diqing TAP

Følgende analyse er basert på intervjuer med myndighetene i Shangrila, det administrative sentrum i Diqing TAP. I intervjuene kommer det frem hvor viktig turisme blir ansett å være for den økonomiske veksten i området.

Foruten å tiltrekke seg kapital fra andre land og regioner i Kina, anses det av myndighetene som en viktig bidragsyter for å skape arbeidsplasser og infrastruktur. *Director of Tourism Bureaucracy* i Shangrila sier at turistnæringen gir økonomisk vekst i hele området. Dette forklares med at nye arbeidsplasser turistnæringen skaper i for eksempel Shangrila, er tilgjengelig for innbyggere fra hele regionen. Økte arbeidsmuligheter i turistnæringen bidrar i så måte til en spredning av den kapitalen som blir lagt igjen av turister, ettersom det er vanlig å sende penger hjem til sine familier. I tillegg til dette, hevder direktøren for turistkontoret at turisme i regionen vil vokse i årene som kommer, og at dette også vil innebære en geografisk spredning av turistindustrien: ”Slik vil de økonomiske godene som turisme medbringer spres til et større geografisk område, og kunne nå ut til en enda større del av befolkningen i nordvestlige Yunnan”. Økonomisk spredning forklares altså ved at i tidlige faser av turistnæringen tilgjengeliggjøres arbeidsplasser, og kapital spres i regionen gjennom tilreisende arbeidssøkende. Med videre utvikling av næringen forventes det at områder turistene oppsøker utvides, og at næringen vil tilgjengeliggjøres for flere i befolkningen. I dag kan lokalbefolkningen oppsøke turisme, fremover vil i større grad turisme oppsøke lokalbefolkningen.

Satsingen på turisme i regionen fikk et kraftig løft da det ble bestemt å omdøpe *Zhongdian* til *Shangrila* i 2002. Det var på dette tidspunktet flere steder som arbeidet for å kunne kalle seg ”Shangrila”, men det var som tidligere beskrevet altså det administrative sentrum for Diqing TAP som var først ute. En informant fra myndighetenes turistkontor i Shangrila forteller at:

Det var et ”name-game”. De lokale myndighetene forstod markedsverdien av dette navnet. Derfor ville de bruke dette i et område som potensielt var godt egnet for turismeutvikling. Og det beste stedet var her!

Navnebyttet har hatt en positiv effekt med tanke på økning i antall turister. Veksten må også sees i sammenheng med at det i 1999 ble bygget flyplass i Shangrila, som gjorde tilkomsten til området atskillig lettere. En oversikt over utviklingen av antall besøkende turister til Diqing TAP forteller at det totale antall turister i 2005 var 2,600 000. Av disse var drøye

200 000 utenlandske turister. I 2007 hadde disse tallene steget til 3,800 000 turister totalt, hvor av 400 000 var utenlandske.

Veksten har prosentvis vært noe større for internasjonal turisme. Likevel er det fortsatt en solid overvekt av kinesiske turister som oppsøker denne tibetanske regionen i nordvestlige Yunnan. Som vist i kapittel 4.3 har en av grunnene for å satse på turisme i Kina vært å tiltrekke seg utenlandsk kapital. Til tross for dette oppleves ikke overvekten av nasjonale turister som noe negativt fra myndighetenes side. Som tidligere nevnt kan dette heller være en indikasjon på at økonomien i Kina går bra. I World Tourism Organization (UNWTO) sine prognoser for internasjonal turisme, forventes det at Kina innen 2020 vil være den viktigste destinasjonen for internasjonal turisme i verden (Williams 2009), en kan derfor vente at det vil være en økning av internasjonal turisme også i dette området.

I intervju med Tourism Bureau Director i Diqing TAP, kommer det frem at det hovedsakelig er to store trekkplastre for turisme i området. For det første er det *naturen*: fjell, daler og innsjøer. Men det er også den lokale tibetanske *kultur*, i form av det tibetanske folk, deres kunst og tradisjoner. Direktøren ved turistkontoret forteller at:

Området har en sterk og lang historie, som for både utlendinger og kinesere er forlokkende. Særlig er de buddhistiske templene en ettertraktet vare blant turister. Natur og kultur er sentrale faktorer i området, faktisk i så stor grad at de er nærmest uatskillelige.

Fjell, elver og innsjøer er hellige for tibetanske buddhister, og har en ilagt religiøs og kulturell verdi. Området er en del av Himalayas fjellandskap, og er bestående av meget vakker natur som er forlokkende på turister, ved siden av en tibetansk kultur som fremheves som eksotisk (Tan 2001). De to faktorene *natur* og *kultur* er i symbiose med hverandre, og er en kobling som kommer til syne for turister som besøker nordvestlige Yunnans steder og folk. Å forene natur og kultur er en viktig strategi fra myndighetene side i den videre utviklingen av turistnæringen.

Direktøren for Tourism Bureau of Diqing TAP i Shangrila forteller at myndighetene virkelig satser på å utvikle turistnæringen. For å understreke deres tro på fremtidens turisme, presenter han deres strategier for videre utvikling av turistindustrien i regionen, i form av deres tre-stegsmodell for utviklingen av turistnæringen i Diqing TAP mellom 2009-2020.

Steg 1: 2009-2010: Målet for denne perioden er å utvikle og utbedre tre nasjonalparker; Meili Snow Mountain National Park, Yunnan Snub-Nosed Monkey National Park og Potatso

National Park. Meili Snow Mountain National Park er her den viktigste, og den jeg vil konsentrere meg om, da den ligger i Deqin County. Det vil også investeres i to store naturområder, såkalte 'scenic areas' (Tiger Leaping Gorge og Big Valley). Videre skal Diqing TAP innen 2010 kunne motta 5 millioner turister i året, og den totale inntekten på turisme skal være 5 milliarder CNY ²⁵. Shangrila skal ytterligere promoveres, og man ønsker å etablere slagordet: "*Beautiful Shangrila, mysterious Shangrila*".

Steg 2: 2011-2015: Målet i denne perioden er å ferdigstille de tre nasjonalparkene og de to naturområdene som er nevnt i steg 1 (2009-2010). Parallelt med dette vil de også hjelpe og utvikle nærliggende områder til disse satsningsprosjektene, for å utvikle hele området. Dette innebærer hovedsakelig å generere økonomisk vekst og utbedring av infrastruktur.

Myndighetene vil også hjelpe andre turistområder, som for eksempel Old Town i Shangrila. Videre vil de utbedre kommunikasjonsnett i Diqing TAP, og lage en turistrute som knytter sammen en rekke turistområder som Shangrila, Deqin, Weixi og Tiger Leaping Gorge Town. Det er altså snakk om et mer helhetlig rutenett, som binder regionen sammen. Målet er å motta 8 millioner turister, og en total inntekt på 9 milliarder CNY. De ønsker også å utvikle slagordet: "*Shangrila with colorful intension – harmonious Shangrila*".

Steg 3: 2016-2020: I denne perioden er målet at alle påbegynte strategiplaner skal være ferdig til 2020, og gjennomført på en tilfredsstillende måte. Det skal også tilses at strategiene fungerer, og at man har klart å utvikle et velfungerende turistapparat som inkluderer hele Diqing TAP. I 2020 skal turismen i enda større grad enn i dag være en viktig industri i nordvest Yunnan. Før 2020 er målet å motta 10 millioner turister, og ha en inntekt på 12 milliarder fra turistindustrien. Slagordet skal nå være "*Shangrila is close to you – eternal Shangrila*".

I forbindelse med denne strategiplanen forteller informanten at de har en visjon om å utvikle et turistområde for hele den nordvestlige regionen i Yunnan, som han kaller "*Great Shangrila Tourism Area*". Shangrila vil bli sentrum og knutepunkt i dette turistområdet, som også vil inkludere Lijiang, som allerede er et etablert turistområde. Han forteller at Shangrila vil være et godt utgangspunkt. Shangrila har vist seg å være en meget god merkevare når det gjelder promotering av sted og folk for turister og at regionen som helhet er tjent med en felles front i kampen om å være attraktiv for turistindustrien. Utvikling av merkevarebyggende slagord er

²⁵ 100 CNY = 91,95 Norske kroner i 2009, ref.:

Norges Bank: http://www.norges-bank.no/templates/article____26792.aspx.

allerede er en del av de langsiktige strategier. Merkevarerbygging er generelt en viktig del av promoteringsstrategier i turistnæringen.

Direktøren for turistkontoret i Diqing TAP vektlegger også viktigheten av utviklingen av infrastruktur i området, og påpeker to hovedgrunner for dette. For det første er videre vekst i turistnæringen helt avhengig av utbedret infrastruktur, særlig når det gjelder tilgjengeliggjøring av områder gjennom utbygging av veier. Det hevdes at mange attraktive steder i dag er lite besøkt på grunn av dårlige innfartsårer, og han trekker Deqin County frem som et eksempel på nettopp dette. Veier må bygges og utbedres, samtidig som utvikling av telekommunikasjon, strøm og vannforsyninger må forbedres for å skape forhold som kan imøtekomme turistenes behov. I forbindelse med dette presenterer han den andre motivasjonen for å satse på infrastrukturelle forbedringer; han hevder at forbedret infrastruktur også vil komme lokalbefolkningen til gode. I så tilfelle er dette et eksempel på hvordan utvikling av infrastruktur for turistnæringen både kommer turismesektoren og lokalbefolkningen til gode. Disse visjonene var noe av det jeg ville se nærmere på i mine fokusområder i Deqin County.

Hensikten med å presentere statistikk og strategiplaner for Diqing TAP, når hovedfokuset ligger på Deqin County, er flerdelt. For det første inkluderer de nevnte statistikker også Deqin County, som ett av tre countyer i Diqing TAP. Videre er det med på å synliggjøre visse trender innenfor utviklingen av turismen i området. Deqin County er geografisk lokalisert mer perifert enn Shangrila, som i praksis betyr at nesten samtlige turister som reiser til Deqin, kommer via Shangrila. Dette innebærer at jo flere turister som reiser til Shangrila, desto flere vil potensielt også reise videre til Deqin County. Hovedsakelig er det likevel to poenger som er av særlig interesse. Det ene er at myndighetene ser på turisme som en bærekraftig næring og forventer *vekst i turisme* i årene som kommer. Det arbeides iherdig med å videre utvikle næringen. For det andre ser en at løftene som skal gjøres involverer *hele regionen*, med Deqin County (Meili Snow Mountain National Park) som et av hovedsatsingsområdene. Som tidligere nevnt er myndighetene på County-nivå mer eller mindre prisgitt de strategier og planer som utvikles på høyere administrative nivåer. Og det er med dette som utgangspunkt at myndighetene i Deqin County, og befolkningen for øvrig, har trygghet til å jobbe videre med å utvikle turistsektoren lokalt.

5.2 Hvorfor og hvordan lokalmyndighetene i Deqin County satser på turisme

Den følgende analyse vil være basert på intervjuer og data hentet fra lokalmyndighetene i Deqin County. Jeg vil ta for meg hvorfor det lokalt satses på turisme, og hvordan denne satsingen gjøres. Som jeg har vært inne på er strategier for utbygging av infrastruktur og promotering viktige bidrag fra myndighetenes side.

En av de viktigste informantene i Deqin County var Vice Director of *Deqin County Tourism Bureau* og Project Manager for *Meili Snow Mountain National Park*. Han forteller hvorfor turisme har blitt en sentral del av regionens utviklingsstrategier:

Før 1998 var vårt finansielle system avhengig av trehogst, og hovedinntekten var fra denne industrien. Men etter den store oversvømmelsen i 1998 var det slutt på dette. Noe nytt måtte gjøres for å sikre våre innbyggere, og opprettholde vårt økonomiske grunnlag.

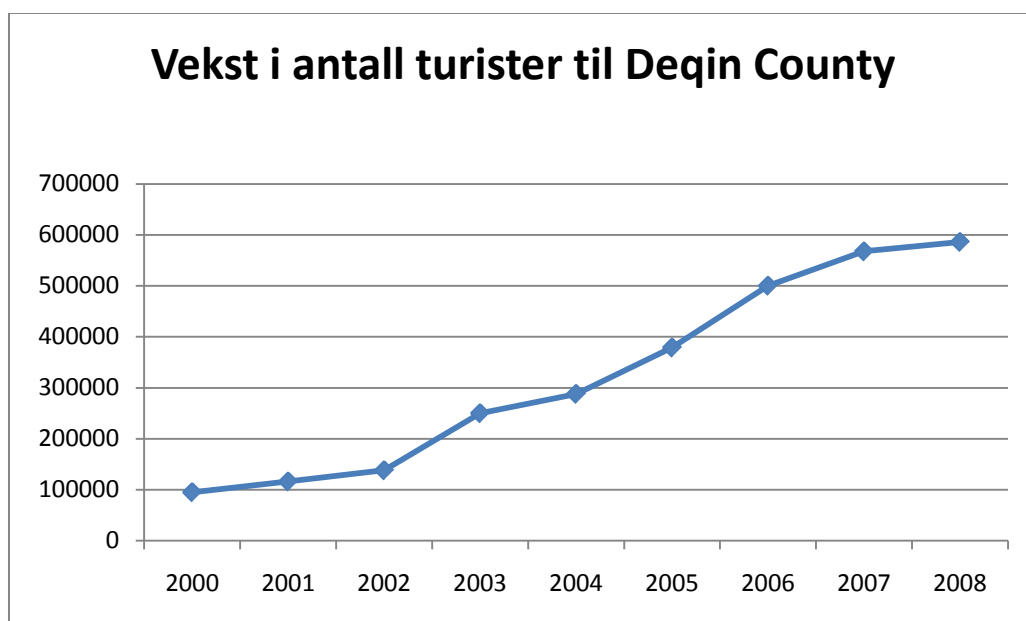
Det ble av lokalmyndighetene bestemt at det skulle satses på mineralindustri (jern og kobber), turistindustri og vinproduksjon. Disse tre industriene skal være Deqin Countys pilarindustrier i fremtiden. Informanten forteller at turisme er den viktigste av disse tre, og at satsing på turistnæringen derfor er en vesentlig strategi for den videre utviklingen av Deqin County. Han påpeker at turisme i andre områder og regioner i Yunnan har vist seg å være lønnsomme satsingsområder, og han forventer at med gode tilretteleggingstiltak vil dette også bli tilfelle i Deqin County.

Med vekst i turisme forventer lokalmyndighetene at turistnæringen vil bli en industri som gir dem økte inntekter. Turisme blir også sett på som en strategi for å muliggjøre økonomisk vekst i befolkningen, gjennom tilgjengeliggjøring av en ny næringsvei. Visedirektøren for turistkontoret i Deqin County forteller imidlertid at ikke alle kan bli inkludert umiddelbart:

Det vil ta tid å utvikle en ny bærekraftig industri, og deler av befolkningen vil i begynnelsen falle utenfor. Det er derfor viktig at lokalmyndighetene skaper seg en trygg og sterk økonomi, slik at vi kan ivareta *hele* befolkningen. Vi tror turisme vil gi oss denne økonomiske tryggheten.

Han vektlegger at i forlengelsen av å utvikle turistnæringen, skapes goder som indirekte kommer lokalebefolkningen til gode; vekst i turisme krever utbedring av infrastruktur som vei-, vann- og elektrisitetsnett, og bedre økonomiske forhold for lokalmyndighetene vil bidra til ytterligere satsing på lokal utvikling og offentlige goder for lokalbefolkningen i Deqin County. Her trekkes altså økt levestandard og lokal utvikling frem som en del av *hvorfor* lokalmyndighetene ønsker å satse på turisme. Dette vil jeg komme tilbake til når jeg omtaler økonomisk og sosial utvikling i Deqin County i kapittel 5.4.

Lokalmyndighetenes tro på turisme må ses i sammenheng med turistveksten som nordvestlige deler av Yunnan har opplevd de siste årene. Tall fra Diqing TAP indikerer dette, og fremdriftsplaner viser en forventet videre vekst i årene som kommer. Men selv om Deqin County fremdeles er tidlig i prosessen med å utvikle turistnæringen, kan man allerede se positive resultater. Tall for Deqin County viser at det har vært en jevn vekst i antall turister det siste tiåret.



Figur 9: Vekst i antall turister til Deqin County, tall fra Deqin County Statistical Bureau.

I 2008 var det nærmere 600 000 turister som besøkte Deqin County. Med en befolkning på 60 000 innbyggere, betyr det at det var ti ganger så mange besøkende turister som permanente innbyggere. Turisme er altså blitt et betydelig innslag i Deqin County allerede. Den årlige veksten gir også indikasjoner på faktorer som påvirker turistnæringen. Det var en kraftig vekst fra 2002 til 2003, til tross for at det i 2003 var SARS-utbrudd i Kina, som la en kraftig demper på turismen i landet. Den noe overraskende veksten dette året kan forklares med at Zhongdian i 2002 skiftet navn til *Shangrila*, og kan i så måte gi en indikasjon på markedsverdien av navnet "Shangrila". Etter 2003 har det vært en jevn vekst, inntil det i 2008 flatet noe ut. Man kan spørre seg om den internasjonale finanskrisen har noe med dette å gjøre, men hovedsakelig skyldes nok den lave veksten opprørene i Lhasa i mars 2008. Dette førte til stor nedgang i besøkende turister til Tibet, men påvirket også turistaktiviteten i andre nærliggende

områder som Deqin County ²⁶. 80 % av Deqin Countys befolkning er tibetansk, og urolighetene i Lhasa førte til at Deqin County i perioder av 2008 var stengt for alle utenlandske turister. Det var høyt sikkerhetsoppbud i regionen, som la en stor demper på turistaktiviteten i 2008. Dette synliggjør også at turistnæringen kan være en utsatt næring. Sykdomsutbrudd og epidemier, naturkatastrofer og politiske opptøyer kan være svært hemmende for turistaktiviteten. Myndighetene legger ikke skjul på at de to siste punktene er særlig aktuelle i Deqin; jordskjelv, flom og jordskred forekommer med jevne mellomrom. God infrastruktur er derfor svært viktig. At det tidvis er spente forhold mellom folk i Tibet og myndighetene i Kina er også riktig. Å sørge for at den tibetanske befolkningen i Deqin County er positiv og vennlig stilt ovenfor lokale myndigheter er derfor noe visedirektøren for turistkontoret i Deqin County ser på som viktig, både for turistnæringen og for den generelle sikkerheten i regionen. Han forteller at deltakelse i turistnæringen er en god strategi for at lokalbefolkningen skal kunne oppleve økonomisk vekst og velstand, som igjen vil bidra til et harmonisk forhold mellom det offentlige og den sivile befolkning i regionen. Han understreker at på grunn av usikkerhetsmomenter knyttet til turistnæringen, er det også viktig å ha andre ben å stå på:

Man er veldig sårbar om man kun har satset på å utvikle turisme, selv om vi har stor tro på denne næringen. Å opprettholde et balansert forhold mellom de forskjellige næringene vil være positivt. Det må også være et balansert forhold mellom næringsutvikling og lokal utvikling som kommer befolkningen til gode.

Her synliggjøres poenget som jeg har vært inne på i kapittel 4.1, om myndighetenes to viktigste oppgaver; *progresjon* og *harmoni*. Utvikling og økonomisk vekst er et viktig mål, men å opprettholde ro og harmoni i samfunnet er avgjørende for å kunne klare dette. Turisme er en industri som har potensial til å oppfylle begge deler, noe som kan bidra til å forstå *hvorfor* lokale myndigheter ønsker å satse på turisme som en viktig næring for å videre utvikle Deqin County. Jeg vil nå ta for meg *hvordan* denne satsingen gjøres.

Utviklingen av Meili Snow Mountain National Park er lokalmyndighetenes viktigste strategi for hvordan Deqin County skal tiltrekke seg flere turister. Langs den nasjonale veien i Deqin er det en rekke "scenic spots", men heller ikke i Kina kan en ta betalt for utsikten. Dette er en av grunnene til at myndighetenes strategier vektlegger utvikling av nasjonalparken, hvor nå

²⁶ I følge AFP har strenge sikkerhetstiltak etter opptøyene i Lhasa i mars 2008 gått sterkt ut over turistindustrien i Tibet, og det hevdes at antallet besøkende ble redusert fra 4 millioner i 2007, til 2.2 millioner 2008. <http://www.google.com/hostednews/afp/article/ALEqM5jTGwEv7h5gGgFTpeW3-zSMzwcIXQ>

flere utkikksplasser er under konstruksjon. I praksis vil nasjonalparken dekke størstedelen av Deqin County, og i all hovedsak de områdene som er av interesse for turister. For å kunne se de myteomspunne og tiltrekkende fjell og daler, elver og innsjøer hvor ”Kina møter Tibet”, vil man i fremtiden måtte betale en inngangssum til de lokale myndigheter, siden det hele er lokalisert i en nasjonalpark. Prosjektlederen for nasjonalparken understreker at den tibetanske kultur både oppleves og promoterer som ”mysterious”, og at turistene ikke bare er ute etter vakker natur. De vil også oppleve og forstå den tibetanske kultur. Han fremhever at kultur er en av de regionale kvalitetene Deqin County har, og noe de aktivt benytter seg av i strategiplaner for utvikling av turistnæringen.

Ved å ”samle” turistattraksjonene i en nasjonalpark ønsker vi å forsterke verdien av dem, fremheve det rikholdige økosystemet og kulturen, samtidig som vi gjennom å organisere det på denne måten vil kunne ta betalt for det i større grad enn vi kan i dag. (Project Manager Meili Snow Mountain National Park).

Dette skulle iverksettes i oktober 2009, og de lokale myndigheter forventer at inntektene fra turistnæringen vil gå betraktelig opp. Men på samme tid settes det en prislapp på naturen. Områder som tidligere har vært gratis er nå blitt gjort til en vare. Det kan også hevdes at tibetanske lokalbefolkninger som er lokalisert innenfor nasjonalparken nå har fått en fornyet verdi for myndighetene, da også disse er et sentralt trekkplaster for turister. Meili Snow Mountain National Park er et eksempel på en kommodifiseringsprosess som finner sted i Deqin County. Natur og mennesker blir tilgjengeliggjorte varer som eksponeres for et marked av turister. I kapittel 6.5 og 6.6 diskuterer jeg fordeler og ulemper ved dette.

Lokalmyndighetenes strategiplan for turisme er hovedsakelig forankret i utviklingen av nasjonalparken. Summen som vil måtte betales for å entre nasjonalparken, som på grunn av dens utstrekning i realiteten vil bety Deqin County, vil ifølge min informant ikke bli spesielt høy. Myndighetene forventer også inntekter via offentlige hoteller, restauranter og andre turisttilbud. Informanten forteller at de har studert hvordan det er blitt gjort i Yellowstone National Park i USA, og ønsker å bruke den samme modellen her. Dette vil da, ifølge min informant, bli den første nasjonalparken av et slikt format i Kina. Han vektlegger også at myndighetene prøver å skape en bærekraftig turistnæring som også ivaretar regionens miljøhensyn:

Naturen er viktig for oss, det har den alltid vært og det vil den alltid være. Derfor må den ivaretas. Regionen har et rikholdig økosystem, og vekst i turisme må ikke komme på bekostning av dette. Med

pengene vi tjener på nasjonalparken vil vi i større grad kunne ivareta naturen enn før. (Project Manager, Meili Snow Mountain National Park)

Prioriteringer for å vedlikeholde miljøhensyn kan sees i sammenheng med å opprettholde et av næringens viktigste trekkplastre, naturen. Men det hevdes også å være for å beskytte befolkningens naturlige miljø og verdier. Lokalmyndighetenes strategier for utviklingen av turisme samsvarer med Walls (2009) fokus på at utvikling av bærekraftig turisme kan være en fremgangsmåte som både ivaretar økonomiske, miljømessige og sosiokulturelle dimensjoner av utvikling.

Lokalmyndighetene i Deqin County får økonomiske subsidier fra sentralmyndighetene i Beijing til å utvikle turistnæringen. I de foregående år har Deqin County fått nærmere 60 millioner CNY, som hovedsakelig har gått til å utvikle nasjonalparken og å utbedre veinettet i regionen. Det påpekes at ønsket om å utvikle turistnæringen er deres eget ønske, men at de også får hjelp og støtte fra myndighetene i Diqing TAP med strategier og planverk. Et eksempel på hvordan økonomisk støtte fordeles, er hvordan de har fått subsidiert byggingen av en ny bro som nå er under konstruksjon, og vil gjøre gjennomfarten i Deqin City raskere. Det vil si at ruten fra Shangrila til Meili Snow Mountain, Deqins hovedattraksjon, ytterligere tilgjengeliggjøres. Første steg for lokalmyndighetene i Deqin County er å søke om bevilgninger til Diqing TAP. Diqing TAP søker så til Yunnan Provins, som igjen søker til sentralmyndighetene i Beijing. Dersom sentralmyndighetene godkjenner utvikling av veinettet, vil de også subsidiere utbygging av det som da blir nasjonalvei. Dette illustrerer både hvordan myndigheter på lavere administrative nivåer er prisgitt de føringer som legges på høyere hold, men også, som Williams (2009) har bemerket, hvor viktig Kinesiske myndigheter er i utviklingen av turistindustrien i Kina.

5.3 Promoteringsstrategier for turisme i Deqin County

Som i andre næringer er det også for turistnæringen viktig å promotere sine ”varer”. Lokalmyndighetene i Deqin County ønsker at turistnæringen fremstår som et attraktivt reisemål som er synlig og tilgjengelig for turister. En av måtene Deqin County promoterer seg på, er ved at representanter fra Deqin Countys turistkontor deltar på den årlige *Tourism Exhibition* i Shanghai, landets største i sitt slag. Turistkontoret i Deqin er også representert på andre slike promoteringsarrangementer. En annen promoteringsform er gjennom video fra området, med innslag av både natur og kultur, samt reklame på TV, radio og internett. Også

reiseselskaper med aktivitet i Deqin County har tilsvarende strategier, og informanter fra næringen bekrefter ikke overraskende at fokuset på både *natur* og *kultur* virker forlokkende for turister. Reiseselskapene jeg intervjuet virker generelt å være svært positive til turismens fremtidsutsikter i Deqin County.

En informant fra lokalmyndighetenes turistkontor i Deqin County, forteller at å promotere turisme for lokalbefolkningen også har vært en strategi fra deres side. Mange mindre landsbyer har ikke vært klar over hvordan de kan tjene penger på turisme. Dette kaller han ”reality education”; ”når lokalbefolkningen ser de økonomiske mulighetene i turisme, bestemmer stadig flere seg for å involvere seg i turistnæringen”. Myndighetene promoterer altså turisme både *utad* for et potensielt marked, men også *innad* som en mulig inntektskilde for befolkningen. Målet er at kombinasjonen vil styrke både turistnæringen og lokaløkonomien i Deqin County.

5.3.1 Promotering av representasjoner

Som beskrevet i kapittel 2.3.1, er ifølge Tan (2001) *representasjoner* selve kjernen i promoteringsstrategier for turisme. Når det brukes visse narrativer eller representasjoner for å promotere et sted med bestemte egenskaper som gjør stedet attraktivt for turister, er dette et eksempel på *kommodifisering av sted*.

I Kina representeres som regel etniske minoriteter i harmoni med den store han-majoriteten, og fra statens side er det ønskelig å presentere et image hvor forskjellige etnisiteter og kulturer lever side om side i en samlet nasjon (Kolås 2008: 123). Fokus på harmoni mellom etniske minoriteter og Kinas øvrige befolkning må som nevnt ses i lys av at politisk ustabilitet påvirker turistnæringen, særlig i sensitive områder som Tibet og Xinjiang. Men på samme tid legges det ikke skjul på *forskjellene* mellom det rurale og det urbane, mellom det primitive og det moderne. Fra turistagenters side promoterer ofte en romantisk forestilling om det primitive etniske minoritetssamfunnet (Tan 2001). Dette kan knyttes til turistenes søken etter noe annerledes og autentisk, og gitt at etniske minoriteter inneholder en representasjon om nettopp dette, blir *etnisitet* en ettertraktet vare på turistmarkedet: “*Tourists want to see exotic cultures, and the various agents involved in the tourist trade play up the representation of peoples and cultures to meet this desire.*” (Tan 2001: 2)

McKhann (1995) beskriver en feminisering av minoritetsbefolkningen og en erotisering av minoritetskvinner i kinesisk populærkultur. Slike representasjoner kan hevdes å bli forsterket gjennom turistnæringen. Enhver som har reist i Yunnan provinsen vil dra kjensel på de mange

batikkbildene av barmfagre kvinner som vasker håret i elven, eller bærer fruktkurver i solnedgangen. Særlig i områder med mye turister er dette et vanlig syn, og er med på å forsterke representasjoner av etniske minoriteter i Kina. Slike representasjoner kan som nevnt i kapittel 2.3.2 ses i sammenheng med et ønske om å plassere etniske minoriteter i forhold til landets velutviklede majoritetsbefolkning. Det må imidlertid også forstås som en lokal respons på hva som er attraktivt blant turister.

Det må her understrekes at den nevnte representasjon av minoriteter ikke er lik for alle etniske minoriteter i Kina, men at det er en vanlig oppfatning av minoritetene i Yunnan. Tibetanere derimot, som utgjør majoriteten av befolkningen i Deqin County, har tradisjonelt sett ikke blitt representert på samme måte (Haaland Udatert). Under mitt feltarbeid kunne jeg derimot observere at det med økende turisme har vokst frem et marked som etterspør myter og tradisjonelle representasjoner, noe som turistnæringen har respondert på. En informant i Deqin City forteller at turister etterspør lokal kunst, og at hun selger stadig flere malerier med tibetanske kvinner som motiv. Denne framveksten av varer som spiller på romantiske myter kan tolkes som et resultat av hva som er etterspurt av et voksende turistmarked i regionen. På den ene siden viser dette at lokalbefolkningen er i stand til å respondere på de mulighetene som turisme har, men det viser også at "the tourist gaze" påvirker lokal kultur, ved at lokal kunstutforming preges av turistenes etterspørsel. I turistområder kan en se malerier og bilder av unge tibetanske kvinner, representert som vakre og eksotiske kvinner i harmoni med urørt natur.



Figur 10: Bildene representerer etniske minoriteter. Til høyre en tibetansk kvinne i harmoni med naturen. Deqin County, 2009.

I følge Urry (1990: 3) er *"the gaze constructed through signs"* og han understreker at aktører innen turistnæringen stadig utvikler nye merkevarer knyttet til 'tourist gaze' for å gjøre reisemål mer attraktive. Dersom visse representasjon er etterspurt blant turister, vil utvilsomt promotering av slike representasjoner bidra til å øke stedets attraktivitet som turistdestinasjon. Ifølge visedirektøren for turistkontoret i Deqin County blir lokalbefolkningen stadig mer aktive:

Gjennom deltakelse i turisme opplever lokalbefolkningen nye muligheter til å tjene penger. Noen fører turister til fjellene, andre selger lokale varer. Det har også vært vekst i antall butikker hvor det selges tradisjonelle gjenstander, kunst og bilder fra regionen.

De lokale myndigheter må regnes som en aktør i turistnæringen, og deres "reality education" (kapittel 5.3) ovenfor lokalbefolkningen er bare ett eksempel på dette. Informanten understreker imidlertid at med Deqin Countys vekst i turisme, oppsøker stadig flere i lokalbefolkningen de mulighetene turisme byr på, og imøtekommer turistene etterspørsel. Dette kan tyde på at lokalbefolkningen i Deqin County forstår hva turister ønsker og forventer, og responderer på dette. Fremfor å være passive mottakere, inntar lokalbefolkningen en aktiv rolle i møtet med turisme og de nye muligheter dette medfører. I følge Oakes (1998) er mulighetene turisme skaper for lokalbefolkningen, og lokalbefolkningens respons på disse, et positivt bidrag med turisme.

Promotering av representasjoner ses også i fokuset på det "hellige". Autentisitet fremstår som et viktig innslag når steder promoterer, og religiøse steder blir ifølge Kolås (2008: 126) brukt som trekkplastre for turister: *"Tourism developers (...) use images of 'sacred ground' and 'holiness' to attract tourists"*. Foruten nærværet av "autentiske" pilegrimer, promoterer særlig Yubeng Village som et sted omgitt av hellig natur, med turmuligheter til *"Mysterious Waterfall"*, *"Holy Lake"* og *"Sacred Forest"*. Her kan det være vel verdt å gjenta at *"In tourism, myths are not only useful tales for tourists; they are also good for business"* (Tan 2001: 15).

5.3.2 Kommodifisering gjennom Deqin Old Town

I Lijiang i nordvestlige Yunnan, ble det på 1990-tallet vedtatt en stor satsing på turisme de påfølgende årene (Haaland Udatert). Deres strategiplaner (1996 til 2000) sier blant annet:

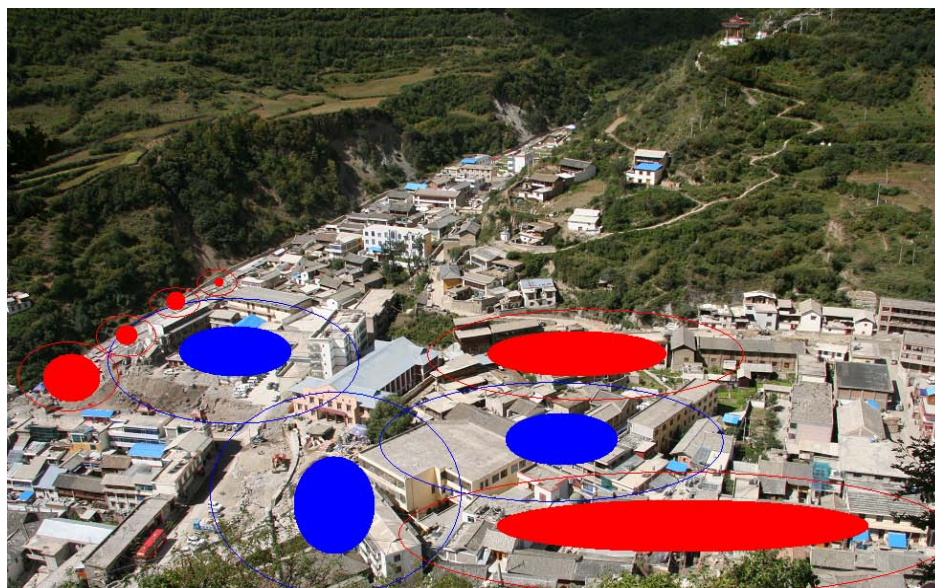
By developing tourism into a big and independent industry, tourism can take the lead in economic development of the whole province. [...] Tourism is a window for Lijiang to go to the world and the world to understand Lijiang". (The Nine-fifth year plan of Lijiang 1996 - 2000; i Haaland Udatert)

Lijiang fremstår i dag som en suksesshistorie når det gjelder utvikling av turistsektoren, med "Lijiang Old Town" som hovedattraksjon. Til tross for at Lijiang Old Town ble bygget etter at byen ble rammet av et kraftig jordskjelv i 1996, er den i dag å finne på UNESCOs World Heritage List (Yamamura 2005) og promoteres som en "autentisk" 700-år gammel perle som kan oppleves av reiselystne turister.²⁷ I takt med Lijiangs voksende turisme har det også blitt synlig hvor effektivt promotering av "Old Town", historie og kulturarv er ovenfor turistmarkedet. Lijiang Old Town er et attraktivt reisemål både for nasjonale så vel som for internasjonale turister. På grunn av Lijiangs turistsuksess, har man i dag også utviklet tilsvarende Old Towns i andre turistdestinasjoner i nordvestlige Yunnan, som Dali og Shangrila. De er alle konstruert i løpet de siste ti årene, og de representerer alle et lokalt etnisk og kulturelt uttrykk. Dette innebærer også stedenes ulikheter; Lijiang består av Naxi-folket, Dali representeres av Bai-kultur, og i Shangrila fremmes det tibetanske uttrykket. Det som gjør dette til et spennende tema, er at det i skrivende stund også er i ferd med å konstrueres en helt ny "Old Town" i Deqin County. Den nye gamle byen lokaliseres i Deqin City, øverst i byen hvor alle turistene ankommer. "Deqin Old Town", som den vil kalles, konstrueres på initiativ fra lokalmyndighetene i Deqin County, og det legges ikke skjul på at det er basert på andre "Old Towns" suksess i kampen om å tiltrekke seg turister. I intervjuer med lokalbefolkningen i området, blir det imidlertid fortalt at også lokalbefolkningen har vært aktiv i denne prosessen. Sammen med lokale myndigheter har representanter fra nabolaget reist til Shangrila og Lijiang for å studere hvordan Old Town der er utformet. Er dette imidlertid en god strategi fra Deqin Countys side? Er det lurt å kopiere andres suksesshistorier, fremfor å produsere sine egne? Ifølge Jessop (1996) kan dette være en uheldig strategi, da steder risikerer å bli så like gjennom slike kopieringsstrategier, at de mister det som i utgangspunktet var deres konkurransefortrinn; deres lokale og unike særpreg. Som vist i teorikapittelet stiller også Harvey (1989) seg kritisk til en slik form for stedsutvikling.

Informantene fra lokalbefolkningen er likevel positive til utviklingen. I følge en informant har myndighetene sterkt oppfordret dem til å renovere husene i klassisk tibetansk stil. Det legges ikke skjul på at dette er et resultat av ønsket om å fremstå som et spennende sted for turister. Dette kan ses i sammenheng med det MacCannell (1992) beskriver som turistens ønske om å oppleve noe forhistorisk og "autentisk". Av lokalbefolkningen i Feilai Si Village fortelles det at lokalmyndighetene har oppfordret dem til å "*bygge nytt i gammel stil*".

²⁷ For mer om Lijiang Old Town, turisme og lokal kultur; se Yamamura 2005 (i Ryan og Aiken 2005: 181-199).

I følge Urry (1990) har "the tourist gaze" iboende krefter som kan være med på å utvikle og legge premisser for utforming av turistdestinasjoner, som påvirker de menneskene som bor der. Omgjøringen av et helt nabolag til *Deqin Old Town*, og oppfordringer om å bygge hus som imøtekommer turistenes ønsker og behov er et tydelig eksempel på dette. Også Woods (2005: 173) vektlegger dette når han beskriver kommodifiseringsprosesser: " (...) *places are themselves packaged, marketed and even in some cases physically changed, in anticipation of the tourist gaze and in order to direct and exploit it*" .



"Deqin Old Town" under konstruksjon. Røde felter illustrerer områder som er i ferd med å gentrifiseres, blå felter illustrerer områder som skal rives eller har blitt revet, for å bygge opp "Deqin Old Town". (Deqin City 2009)

Figur 11: Fotoillustrasjon over kommende Deqin Old Town. Deqin City 2009.

Det som trekker turister til steder som de nevnte Old Towns er nettopp at de er annerledes fra det turistene opplever i egen hverdag. Det er steder som representerer en annen kultur og historie. Målet med et slikt sted er at det skal oppleves som "ekte", det skal være "autentisk". Men selv om autenticitet selges, er det tydelig en konflikt mellom en "vare" og det "autentiske". Deqin Old Town vil bli definert ett eller annet sted mellom en vare og det autentiske i en slik dikotomi, med dens autenticitet som det viktigste salgsobjektet for turisme. Selv om dette ikke behøver å være problematisk, må vi likevel være bevisst på at turistenes forventninger ikke alltid stemmer overens med slik lokalbefolkningen ønsker å fremstå. Turistenes ønske om autenticitet er ikke alltid forenlig med tibetanernes ønske om økonomisk utvikling og modernisering (Kolås 2008). Paradoksalt nok vil presentasjon og kommodifisering av steder og folks "autenticitet" være med på å legge grunnlaget for lokal utvikling gjennom økonomisk vekst, samtidig som at jo mer utviklet et sted eller folk blir, desto mindre interessant blir det for de samme turistene.

Deqin Old Town er et sted som vil representere ”autentisitet” for å tiltrekke seg turister. Å forstå hva turister opplever som originalt eller ekte skaper muligheter. Lokale myndigheter har vært pådriver for å utvikle gamlebyen, men lokalbefolkningen har som nevnt også vært med på prosessen. Ifølge informanter både fra lokale myndigheter og fra lokalbefolkningen oppleves ikke framveksten av turistnæringen som konfliktfylt. En eldre mann, fra området som er i ferd med å omgjøres til ”gamlebyen”, har gjort sitt barndomshjem om til et ”te-hus” og restaurant. Restauranten drives av en erfaren kvinne fra Lijiang, som kjenner verdien av god lokalisering midt i en Old Town. Hun har kommet til Deqin på grunn av forventninger om nye muligheter her, mens han drar nytte og lærer av hennes erfaring fra turistnæringen. Hvor hun kommer fra er det Naxi-kultur som står i sentrum, men hun understreker at her vil alt være i henhold til tibetanske tradisjoner. Erfaringsmessig vet hun at det er dette turistene vil ha. Når initiativtakere og pådrivere er å finne blant lokalbefolkningen, som dette tilfellet illustrerer, viser det hvordan et lokalsamfunn ikke er passive mottakere av ”turistimperialisme” (Nash 1989), men pådrivere for utvikling. Av informanter trekkes det frem at det også oppleves som en god mulighet for å promotere og ivareta tibetansk kultur. Dette kan sees i sammenheng med det Kolås (2008) beskriver som muligheter for revitalisering av kultur og tradisjoner gjennom turisme.

5.3.3 Turistenes ønske om ”autentisitet”

For å forstå hva som kjennetegner turisme i Deqin County er det også hensiktsmessig å intervju turister. I følge Urry (1990) er turisten en person som er ute etter å oppleve noe *annerledes* enn hverdagen hjemme, og særlig MacCannell (1992) understreker søken etter det *autentiske* som sentralt. I følge dem begge oppsøker turister steder basert på deres forventninger til det stedet de besøker. Å forstå turistenes *forventninger* er derfor sentralt for turistnæringen. Som nevnt har Deqin County to uadskillelige trekkplastre; *natur* og *kultur*. Blant mine reisende informanter varierte det om hovedmotivasjonen var natur eller kultur, men samtlige hevdet at den ene også styrket den andre.

Vi kom til Deqin først og fremst for å gå i fjellene. Det er ubeskrivelig vakkert her. Vi hadde også hørt at dette var et sted hvor vi kunne oppleve autentisk tibetansk kultur, uten å reise til Tibet. Vi er en gruppe på fire som reiser sammen, og alle var enige om at det var mye spennende å oppleve i Deqin.
(Informant fra Australia)

Flere turister hevdet at det var *kombinasjonen* av kultur og natur som var det avgjørende for at de valgte å reise helt til Deqin County. Det var her lite variasjon i svarene mellom kinesiske og utenlandske turister. Den store fellesnevneren var ønsket om å oppleve noe ”ekte”, noe

”autentisk”. Å forstå hva turistene vil ha er avgjørende når steders promoteringsstrategier skal utvikles. En kinesisk turist forteller:

Min bror var her for en del år siden. Da var det få overnattingssteder, og alt var billigere. Men han sa det var en fantastisk opplevelse å reise hit, og et sted man kunne finne ro. Jeg tror ikke han ville like stedet like bra nå når det er så mange turister her. (Informant fra Kina).

Dette illustrerer, som jeg tidligere har vært inne på, at det kan for noen turister være lite attraktivt når det ”autentiske” kommodifiseres. Dersom det turistene mener er ”ekte” blir så tilgjengeliggjort at det ikke lenger oppleves som autentisk, kan stedet bli mindre tiltrekkende enn det var i utgangspunktet. Å kunne ekspandere samtidig som det ”nære” og ”ekte” uttrykket ivaretas er en utfordring for en voksende turistnæring i Deqin County.

Pilegrimsreisende faller også inn i kategorien *turister*. Tibetanske buddhister oppsøker Deqin County for dets kulturelle og religiøse verdi. Dette er ikke et nytt fenomen, men det har likevel vært visse forandringer. Forbedrede veiforbindelser både fra sør (Shangrila) og nord (Tibet) gjør at antallet pilegrimer stadig øker. Tilgjengeligheten er blitt bedre, men det kan også være et resultat av generelt bedre økonomi i befolkningen. Pilegrimene leier gjerne lokale guider, og de legger som andre turister igjen penger på mat og overnatting. Et spørsmål er likevel om pilegrimer mener den økende turismen er en ulempe for deres utøvelse av gamle pilegrimstradisjoner. *Kawagebo* er Meili Snow Mountains høyeste fjelltopp, og et av de helligste fjellene i tibetansk buddhisme. Hit kommer tibetanere fra fjern og nær, som de har gjort i en årrekke, for å tilbe gudene og be om hell og lykke. Ingen av pilegrimene jeg snakker med er negative til turisme, heller tvert i mot; *”It’s a good opportunity to show our beautiful nature and the holy mountains. They don’t take it, we share it”*. Plassen for tilbeding av de hellige fjell befinner seg nå på innsiden av den nykonstruerte utkikksplattformen i Feilai Si. Tibetanske pilegrimer betaler derimot ikke inngangspenger for nasjonalparken eller diverse utkikksplattformer som turister for øvrig. Dette tyder på at myndighetenes kommodifisering av naturen tilrettelegges slik at den ikke går på tvers av lokale tradisjoner. Det er også et interessant poeng at pilegrimene selv er blitt en attraksjon for øvrige turister. Her kan man komme i nærkontakt med pilegrimer i jeans og solbriller, mens de brenner blader og frø i de store Stupaer og tilber sine guder.

Som nevnt i teorikapittelet deles ofte turister inn i to typer; *masseturister* og *uavhengig reisende*. Begge disse stereotypene er å finne i Deqin County. Dette kan tyde på en utvikling innen turistnæringen hvor grensene mellom de to er mindre synlig. Motivasjon og innhold i

reisene blir stadig likere mellom de to kategoriene. Gjennom en stadig økende turisme er det ikke lenger beholdt den ”alternative” turismen å oppsøke ”bortgjemte” områder. Busslast med natur- og kulturlystne turister står opp til soloppgangen over Kawagebo, rir på hesteryggen til Mingyong Glacier før lunsj og besøker Feilai Si Temple på ettermiddagen. Andre turgrupper oppsøker hellige fossefall ved Yubeng, flere dagsmarsjer fra nærmeste vei hvor bussen venter.

På samme tid blir det stadig vanskeligere å kalle den ”uavhengige turisten” for *selvstendig* reisende. Tilgjengeliggjøring av tidligere skjermte områder, og hjelpemidler som reisehåndbøker spesielt utviklet for ”uavhengig reisende”, som *Lonely Planet* og *Rough Guide*, fremhever ”autentiske opplevelser” og gjør at stadig færre steder forblir uoppdaget av turister. I takt med at det stadig blir mer populært å oppsøke slike ”bortgjemte steder”, blir det også mer ettertraktet å *arrangere* turer til slike steder. Områder som starter som spennende reisemål for noen få reisende, blir omsider gjort til destinasjoner for pakketurer med busslast av turister. Etterspørselen er stor, og tilbudet utvides. Dette skaper også muligheter for lokalbefolkninger på slike steder. Områder som tidligere har vært avskjernet fra nevneverdig økonomisk vekst, responderer på mulighetene turisme medfører og blir aktive deltakere i turistnæringen. Hvilke muligheter og utfordringer dette eventuelt medfører, vil omtales i kapittel 6.

Av turistene jeg intervjuet er det påfallende hvor mange som nevner ordene *lokal kultur*, *autentisk*, *fremmed* og *uoppdaget*, samtidig som de fordømmer turismens effekter. En informant fortalte at hun mislikte hva turisme gjorde med området hun besøkte. Hun hadde vært samme sted ti år tidligere, og det var da mye mer ”autentisk”. Her er det to ting som kan påpekes. For det første er mange kritisk til en aktivitet som de selv står i spissen for å gjennomføre. For det andre er det interessant å påpeke *hva* som kritiseres; det er hovedsakelig forandring. Og i området som informanten omtaler, er det med andre ord *utvikling* og økt levestandard. Tilgang på varer og hjelpemidler som gjør hverdagen lettere for lokalbefolkningen. Slike tilnærminger til turisme tolkes av en informant fra turistnæringen (sjåfør) som en form for ”*safari mot det underutviklede*”. Turister kan i løpet av noen uker få en eksotisk opplevelse av noe fremmed og urørt, noe ”autentisk”. Dette samsvarer med det Mowforth og Munt (2003: 73) sier:

Authenticity [...] is not just about tourism providing access to ‘real’ tribes in Thailand, Kenya or Bolivia, it is about the ability to witness and consume ‘real’ lives too, and this includes poverty, civil struggle and so on.

Da kan turister forlate sin egen virkelighet for å oppleve, som Urry (1990) beskriver, noe *annerledes*. Her kan det igjen trekkes paralleller til det som kan kalles et ”*utviklingsparadoks*” i turisme; i møtet med turisme er steders ”autentisitet” med på å legge grunnlaget for lokal utvikling, samtidig som at desto mer utviklet et sted eller folk blir, desto mindre attraktivt blir det for turister.

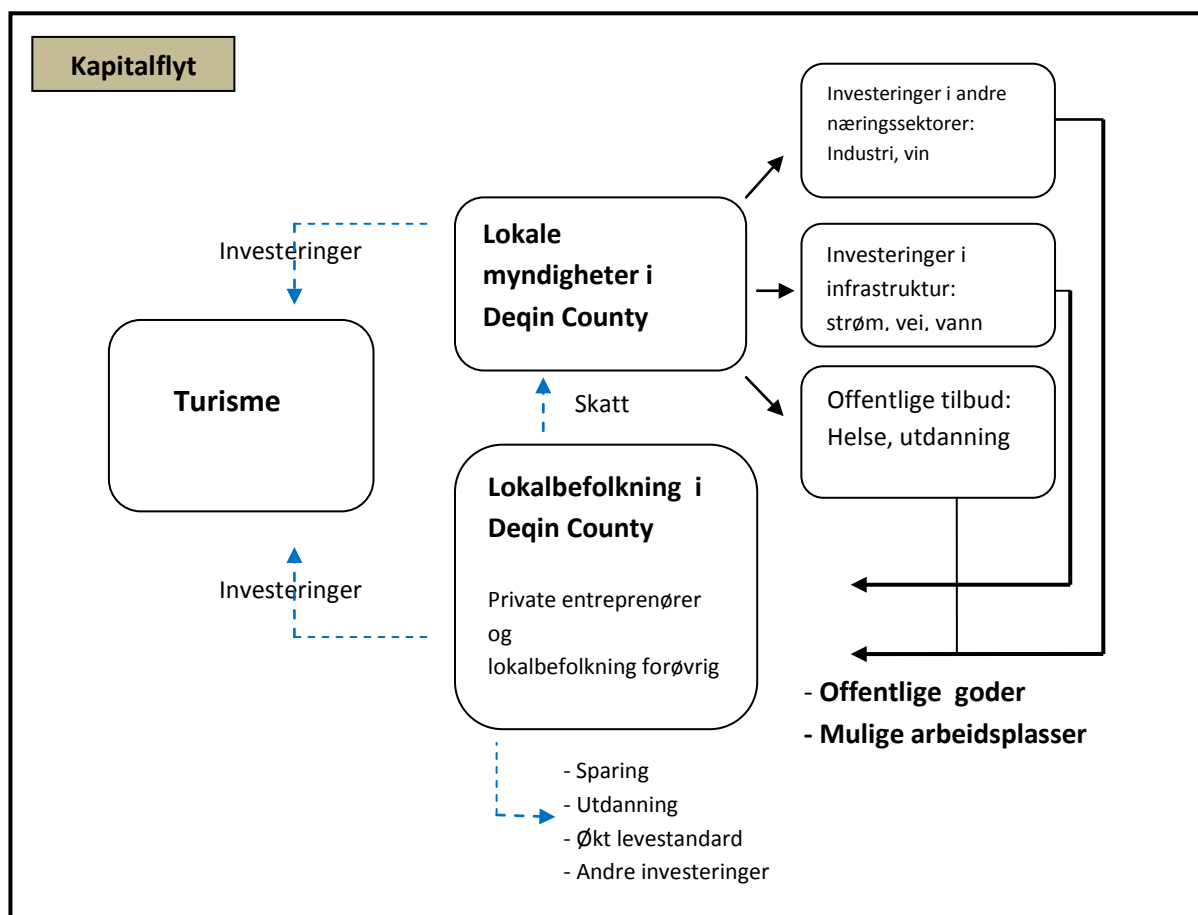
Turistene ser ut til å etterspørre kultur og det tibetanske uttrykket i Deqin County, og som blant annet vil presenteres i kommende *Deqin Old Town*. Dette indikerer at satsingen på dette er en god strategi fra myndighetenes side. At turister som allerede har oppsøkt Deqin County er interessert i det området har å by på er ikke uventet, men det er samtidig et tegn på at det finnes et marked for denne type attraksjoner. Det finnes derimot utfordringer ved slike satsinger, og en av dem er dersom stedene ikke fremstår som *troverdige*. Vestlige turister synes å være noe mer skeptiske til en nybygget Old Towns troverdighet enn det kinesiske turister er. Som beskrevet tidligere er det stor overvekt av innenlands turister i området, så kinesere utgjør det viktigste markedet, og de øvrige Old Towns nordvest i Yunnan er svært populære reisemål. En annen utfordring er dersom Deqin Old Town blir for *lik* de andre Old Towns, og særlig i det tibetanske Shangrila - jeg har vært inne på farer ved kopieringsstrategier. Turisten søker ofte etter noe særegent og unikt på sine reiser. En strategi som fører til større likhet mellom regionens turistdestinasjoner kan da undergrave deres attraktivitet blant turister. Vil turistene stoppe i Shangrila, fordi det som venter dem lenger nord bare er ”mer av det samme”, eller klarer Deqin å fremme noe eget og unikt? *Deqin Old Town* vil unektelig være svært forskjellig fra den virkeligheten de fleste turistene kjenner fra sine hjemlige områder, men spørsmålet er om den vil være verdt et besøk dersom den er for lik gamlebyen i Shangrila, Lijiang eller Dali. Hvordan de forskjellige turistdestinasjonene promottes står sentralt i kampen om å tiltrekke seg turister, men til tross for Yunnans store diversitet, er altså deler av turistnæringen i ferd med å bli likere.

5.4 Lokalmyndighetenes syn på økonomisk og sosial utvikling i Deqin County

I kapittel 5.1 til 5.3 har vi sett hvorfor myndighetene satser på turisme, og hvordan denne satsingen gjennomføres. Strategiplaner for videre vekst i næringen viser at både natur og kultur er sentrale innslag i den lokale turistnæringen, og at det forventes stadig vekst i antall besøkende turister til Deqin County. Jeg vil nå ta for meg økonomiske og sosiale følger av den politikken som er ført i Deqin County de siste årene, og hvordan de lokale myndigheter plasserer turisme i forhold til denne utviklingen. Informanter fra lokalmyndighetene

fremhever viktige motivasjonsfaktorer for videre satsing på turisme, gjennom egne dokumenter og statistikker som hevder at voksende økonomi og bedret infrastruktur blant annet kan tilskrives den økende turismen. Dermed bidrar positiv økonomisk og sosial utvikling de senere årene til ytterligere *motivasjon* for å satse på turisme i Deqin County.

Til tross for at planprosessene og utviklingen av turistnæringen er veldig styrt av myndighetene, har det vært en framvekst i privat entreprenørskap i Deqin County. Dette er lokale resultater av en voksende turistnæring i regionen, og vil omtales i kapittel 5.4.1.



Figur 12: Kapitalflyt i Deqin County

Modellen illustrerer hvordan lokalmyndighetene i Deqin County forklarer kapitalflyten som genereres gjennom turisme. Den illustrerer også hvordan de tenker seg at befolkningen i Deqin County kan nyte godt av turisme; gjennom direkte deltakelse i næringen, eller gjennom lokalmyndighetenes forbedrede økonomi. Som modellen viser fører vekst i lokalmyndighetenes økonomi til investeringer i turisme, men også i andre næringssektorer, infrastruktur og offentlige tilbud som kommer lokalbefolkningen tilgode. Bedre økonomiske rammer for lokalbefolkningens fører til reinvesteringer i turistnæringen, eller til sparing,

utdanning, økt levestandard eller andre investeringer. Økt privat entreprenørskap vil også gi lokalmyndighetene i Deqin County inntekter i form av skatter og avgifter. Informanter fra lokalmyndighetene i Deqin County erkjenner at hovedmotivasjonen for å satse på turisme er basert på deres mulighet for økonomisk vekst. Men en informant understreker samtidig at:

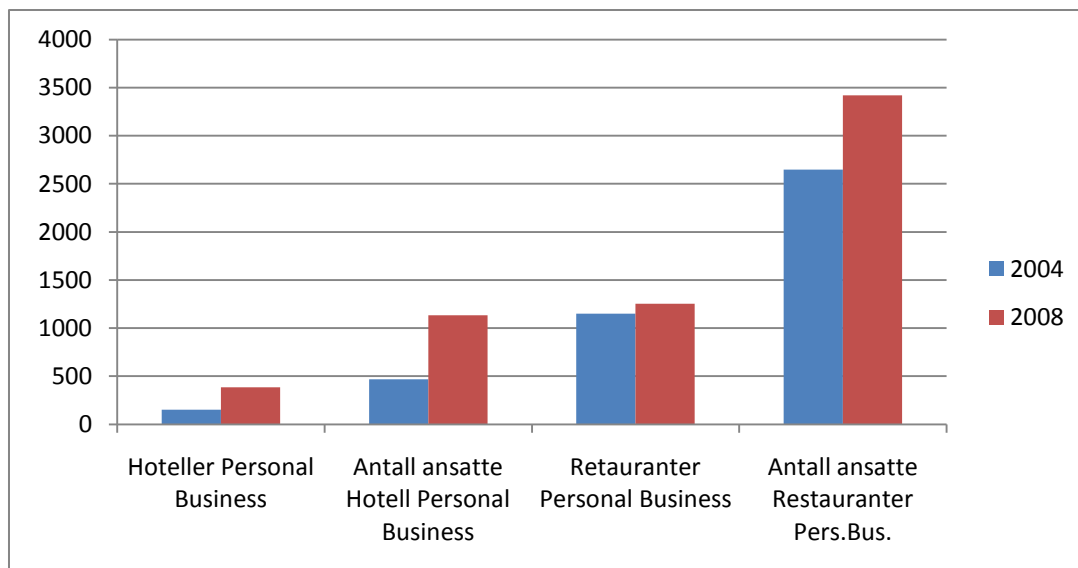
Satsing på turisme kommer også lokalbefolkningen til gode på flere områder, som gjennom utbygging av infrastruktur og generelt bedre offentlig økonomi. Med bedre økonomiske rammer, kan også det offentlige tilbudet i Deqin County utbedres. (Informant, Deqin County Tourism Bureaucracy)

Dette trekkes frem som en motivasjonsfaktor for å satse på turisme, og turisme forstås dermed som både mål og middel for lokal utvikling i Deqin County.

5.4.1 Entreprenøraktivitet vokser frem

Det kan hevdes at turisme skaper nye økonomiske muligheter. I Kina begynte utviklingen av privat entreprenørskap å vokse frem på 1980-tallet, med nye reformer og en “open door policy” (Williams 2009). Med privat entreprenørskap menes privatpersoner som etablerer foretak eller bedrifter i den hensikt å oppnå økonomisk profitt. Den private forretningssektoren i Kina skjøt ikke fart før en konstitusjonell forandring i 1999 gjorde privat sektor juridisk likestilt med offentlig sektor (Heberer 2007). En av grunnene til at den kinesiske stat ønsket å skape gode forhold for lokale private entreprenører, var forventninger om gode skatteinntekter fra privat sektor. Ifølge Heberer jobbet det i 2001 over 100 millioner mennesker i den private økonomien, i “individual enterprises” (syv eller færre ansatte) eller “private enterprises”. Slike selskaper samles under betegnelsen “*personal business*”, og har mindre enn 15 ansatte og/eller en årlig brutto inntekt på under to millioner CNY. Dersom dette overstiges vil selskapet kategoriseres som “*corporate business*”. I områder involvert i turisme har det vært en oppblomstring av små overnattingssteder og restauranter som vil kategoriseres som “personal businesses”.

For å illustrere hvordan den økende turismen har gjort seg gjeldende i for eksempel antall arbeidsplasser, kan det vises til statistikk fra utviklingen innen hoteller og restauranter i Diqing Tibetan Autonomous Prefecture mellom 2004 og 2008. Tallene gjelder for hele Diqing TAP, og inkluderer følgelig også vekst i Deqin County. Fokuset er her på “personal businesses”.



Figur 13: Vekst i *personal businesses* i Diqing TAP. Kilde: Chinas first Economy Census total figures 2004 og 2008

Tallene viser en økning i både antall overnattingssteder og restauranter, men i enda større grad en vekst i antall arbeidsplasser knyttet til turistnæringen. Mange av aktørene innen hotell og restaurantbransjen er tibetanere fra Shangrila og øvrige steder i Diqing TAP. Det må også nevnes at en stor andel kommer fra andre områder i Yunnan som i lengre tid har hatt befatning med turistindustrien, som Lijiang og Dali, eller fra andre provinser som Sichuan og Guangxi. Dette er interessant av flere grunner. På den ene siden kan dette bryte med myndighetenes uttalelse om at arbeidsplasser som tilgjengeliggjøres gjennom turisme er med på å spre den økonomiske gevinsten fra næringen til periferier i regionen. Dersom det er overvekt av aktører på markedet som er tilreisende fra andre områder eller provinser, vil det økonomiske overskuddet kunne føres ut av Diqing TAP, fremfor at det kommer den lokale befolkning til gode. Men på samme tid kan den kunnskapen og kompetansen knyttet til å utnytte turistnæringen som en rekke av disse tilreisende aktørene bringer med seg, være en viktig brikke i å skape en bærekraftig næring som over tid den tibetanske lokalbefolkningen vil kunne dra nytte av.

Det har også vært en stor vekst i antall spisesteder i Deqin City. Det som spesielt er av interesse er at det har vært stor vekst i restauranter drevet av tilflyttere fra Dali og Lijiang, som i lengre tid har hatt erfaring med turisme. Hovedgaten i Deqin City er ikke stort lenger enn 250 meter, men her er det i dag hele 19 Dali-restauranter²⁹. En restauranteier forteller at

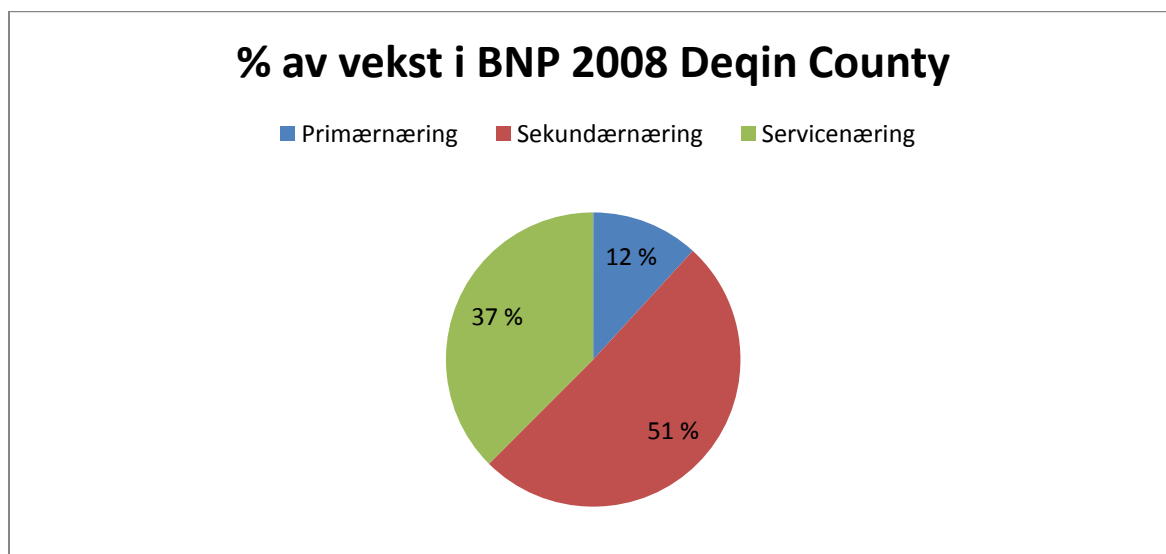
²⁸ Data er fra intervju med myndighetene i Diqing TAP, og statistikkene for 2008 offentliggjøres i 2010. (Statistikkene offentliggjøres hvert femte år).

²⁹ Oktober 2009

hans muligheter til å tjene penger nå er større i Deqin enn i Dali. Her kan det både være ”push-” og ”pull-” faktorer tilstede (Heberer 2007). På grunn av stor konkurranse i Dali og Lijiang, kan det være vanskelig å starte en levedyktig virksomhet der, og entreprenøren drives vekk. Men det er også de gode utsiktene for turistnæringen i Deqin County som trekker *kyndige entreprenører* nordover, til muligheter for økonomisk profitt i et voksende marked. Tilreisende næringsdrivende med erfaring fra turistsektoren ønskes velkommen av de lokale myndigheter i Deqin County. Et argument er de økte skatteinntekter dette generer. En annen grunn er forventningen om at lokalbefolkningen vil kunne lære av de tilreisendes erfaring med næringsvirksomhet, som vil styrke turistsektoren som helhet.

5.4.2 Økonomisk vekst og sosioøkonomisk utvikling

Ifølge “*Deqin County 2008 Economy and Social Statistical Bulletin*” er den totale veksten i BNP fra 2007 til 2008 på 788 200 000 CNY. Dette tilsvarer at den årlige veksten i BNP er tredoblet i løpet av fire år. Min informant ved lokalmyndighetenes statistikkavdeling forteller imidlertid at den hurtigste økonomiske veksten ser de fra sekundærnæringen, men opprettholder at de forventer at turisme vil være den viktigste og mest bærekraftige næringen i fremtiden.



Figur 14: % av vekst i BNP 2008 Deqin County. Basert på tall hentet fra *Deqin County 2008 Economy and Social Statistical Bulletin*.

Som figuren viser var veksten størst i sekundærnæringen, bestående av mineralutvinning, industri og utbygging av infrastruktur. Den absolutte veksten i denne sektoren var omtrent

400 millioner CNY ³⁰. Servicenæringen hadde en økonomisk vekst på nærmere 295 millioner CNY. I følge informanten kan servicenæringen i all hovedsak relateres til turistnæringen. Primærnæring hadde en vekst på 93 millioner CNY. Det påpekes at inkludert i sekundærnæringen er konstruksjonsarbeidet som foregår for turistnæringen, som bygging av veier, gamlebyen og den påfølgende relokaliseringen av lokalmyndighetenes bygninger. I tillegg kommer utbyggingen av infrastruktur for øvrig, som forbedringen av vann- og strømforsyninger, som kreves for å kunne utvide turistnæringen. Omtrent halvparten av veksten innen sekundærnæringene kan tilskrives utvikling av turistsektoren, ifølge min informant fra Deqin County statistikkontor. Han mener dette indikerer at turisme, og investeringer i utviklingen av turistsektoren, er en sentral del av lokaløkonomien i Deqin County. Det påpekes også at konstruksjonsarbeidet turisme medfører skaper mange arbeidsplasser, noe som kan ha bidratt til nedgangen i arbeidsledighet de siste årene.

Turistnæringen er i vekst i Deqin County. Tall fra *Deqin County 2008 Economy and Social Statistical Bulletin* og fra informanter i lokalmyndighetene, viser at antall besøkende går opp og investeringer i næringen er voksende. Deqin County så i 2009 ut til å få et nytt rekordår når det gjelder besøkende turister. Veier, restauranter og hoteller er i stadig utvikling og Deqin City ser i dag ut som en byggeplass. Men mener myndighetene i Deqin County at turisme kommer lokalbefolkningen som helhet til gode? I følge en informant for lokalmyndighetene er svaret; ”Ja, helt klart!”. Det begrunnes med at turisme også bidrar til utviklingen av andre offentlige sektorer:

Før satsingen på turismen, hadde vi bare små helseklinikker her, og de tok seg av det som var av problemer. Men nå med så mange turister hvert år, har vi hatt behov for å kunne tilby bedre helsetjenester. Sykehuset må kunne behandle turister dersom noe skulle skje dem. Derfor er sykehuset blitt betraktelig forbedret. Men det er også veldig positivt at lokalbefolkningen nå har fått et bedre helsetilbud.

Sykehuset i Deqin City er blitt kraftig forbedret og en rekke mindre klinikker i Deqin County har i dag et bedre tilbud enn før. Gjennom økt turisme, og de inntektene dette gir, har lokalbefolkningen nå fått et bedret sykehusstilbud med flere leger og sykepleiere. *Deqin County 2008 Economy and Social Statistical Bulletin* forteller at det i 2008 var 3,2 sykehussenger pr. 1000 innbyggere i Deqin County. Totalt var det ansatt 203 personer i helsesektoren, og av disse var 119 leger eller sykepleiere. Andelen av befolkningen som har privat helseforsikring var 95 %, etter en vekst på nesten 5000 personer fra 2007.

³⁰ Med Norges Banks offisielle valutakurser for 2009 tilsvarer dette omtrent 370 millioner NOK

Et annet eksempel kan hentes fra transportindustrien. Før det kom turister til Deqin var det kun en buss mellom Deqin og Shangrila per dag. I dag er det 4 busser hver vei, hver dag. Dette har blitt til gjennom økt turisme, men er et tilbud som lokalbefolkningen i stor grad benytter seg av.

I følge *Deqin County 2008 Economy and Social Statistical Bulletin*, var investeringene i Deqin County i 2008 på 1 233 000 000 CNY. Dette var en økning på 40 % fra 2007. Av dette går nærmere halvparten til investeringer som kan tilskrives turistsektoren, forteller informanten fra statistikkontoret. Dette involverer blant annet konstruksjon og utbedring av veinettet og utvikling av nasjonalparken med tilhørende fasiliteter:

Med flere turister trengs flere overnattingssteder, og da har også behovet for innlagt vann og tilgang til elektrisitet økt. Det er forventninger til økte inntekter fra turistnæringen som har gjort at lokalmyndighetene har turt å investere så mye penger i slike utbedringer. For å fortsette veksten i turisme må veiene både til og fra Deqin ytterligere bedres. (Informant Deqin County Statistikkontor)

Han hevder at utbedring av denne formen for infrastruktur også kommer lokalbefolkningen til gode, siden det er goder som også tilgjengeliggjøres dem. Utover dette er det i følge *Deqin County 2008 Economy and Social Statistical Bulletin* mindre av de faste investeringene som går direkte på lokalbefolkningen: "Program for de fattige" utgjør 1.4 % av investeringene for 2008 (17 000 000 CNY) og "Social Affairs Basic Facilities Construction" (eks. basketballbane for barna) ser kun 0.44 %. (5.400 000 CNY). Dette er veldig små bidrag sammenlignet med de investeringer som gjøres i blant annet turistnæringen.

Økonomisk sett er det fremdeles store forskjeller i befolkningen. I 2008 økte den årlige gjennomsnittsinntekten til en bonde med nærmere 15 % fra året før. Inntekten til jordbruksbønder er imidlertid atskillig lavere enn den er for bønder involvert i turisme; de kan tjene opp til tjue ganger så mye i løpet av et år. Dette viser store økonomiske variasjoner blant den rurale befolkning. Også såkalte "town-residents", som innbyggerne i Deqin City, opplevde økonomisk vekst i 2008, med gjennomsnittlig *netto* inntekt på 14 000 CNY ³¹. Dette var en vekst på 10 % fra året før, og tettstedsbefolkningen er generelt bedre økonomisk stilt enn den rurale befolkningen. Tallene viser økonomisk vekst generelt i befolkningen, selv om det er økonomiske forskjeller både blant den rurale befolkningen og mellom bønder og tettstedsbefolkning. Dette stemmer også overens med Kolås' (2008) studier fra Shangrila.

³¹ Også ikke-yrkesaktive (eldre og barn) tas med i regnestykket når "gjennomsnittlig inntekt *per person*" gjøres. Det betyr at de reelle lønninger her høyere enn statistikkene tilsier.

Blant den rurale befolkningen i Deqin County, mottar 31 % av bøndene subsidiering fra myndighetene grunnet deres økonomiske situasjon. Det fortelles at myndighetenes bedre økonomi gjør det lettere å støtte økonomisk utfordrede innbyggere i Deqin County. Det blir stadig færre personer under fattigdomsgrensen, med en nedgang på 3700 personer fra 2007 til 2008 ³². Det kommer også frem av rapporten at en stadig større del av befolkningen i Deqin County er dekket av diverse typer forsikringer, som for eksempel arbeidsledighetsforsikring, helseforsikring og arbeidsforsikring; ”... *the coverage is further broadened, and the ability of security is obviously improved*”. Ifølge myndighetene peker pilene for privatøkonomien oppover i Deqin County. Store forskjeller er det fremdeles, men for 2008 hadde den rurale befolkning en prosentvis større vekst enn tettstedsbefolkningen.

Utdanningstilbudet hevdes også å ha blitt bedre de siste årene. I følge *Deqin County 2008 Economy and Social Statistical Bulletin* er det 5267 elever i barneskolen i Deqin County, som utgjør hele 98,8 % av barna i den aktuelle alderen. For høyere utdanning var det 119 personer som søkte om opptak til høyere studier. 65 % besto opptakseksamen, men kun 60 % begynte på universitet eller college. Dette kan forklares ved at enkelte som består opptakskravene ikke har økonomisk kapasitet til å begynne på høyere utdanning. Dette kan både skyldes kostnadene knyttet til å studere, samt at familier ikke har råd til å gi slipp på viktig arbeidskraft. Ved økt økonomisk velstand i befolkningen kan det derfor forventes at flere vil ta videre utdanning.

Jeg har nå omtalt hvordan lokalmyndighetene i Deqin County mener turisme har innflytelse på lokalbefolkningens hverdag. Kommunikasjonstilbudet har bedret seg i takt med utbedring av veinettet. Dette bidrar både til sikrere transport for lokalbefolkningen, og økte muligheter til å involvere seg i turistnæringen. Helsetilbudet er hevet, og i følge offentlige kilder fikk 4000 personer forbedret drikkevann i 2008, da de gikk fra å ikke ha tilfredsstillende drikkevann, til å ha det. Utbedring av infrastruktur beskrives av myndighetene som en vinn-vinn situasjon som kommer både turistnæringen og befolkningen til gode. Informanter fra de lokale myndigheter hevder at turisme derfor er en god strategi for å skape økonomisk vekst og lokal utvikling.

Det synes likevel å være tydelig at turisme ikke kommer alle *like mye* til gode. Et interessant spørsmål å stille i denne sammenheng er om befolkningen i Deqin County ville hatt det bedre dersom myndighetene *ikke* satset på turisme? Jeg har ikke gjort noen funn som tilsier at noen

³² Fattigdomsgrensen for Yunnan Provins er årlig brutto inntekt under 1069 CNY

del av befolkningen har fått det *verre* etter at satsingen på turisme startet. En trygg økonomi over tid er utgangspunktet for at myndighetene skal kunne ivareta dens befolkning, og det generelle offentlige tilbudet synes å ha blitt hevet de siste ti årene. Hvor mye av dette som skyldes turisme er vanskelig å si, og turismens effekter må på det nåværende tidspunkt ikke overvurderes. Lokale effekter av turisme i Deqin County er hovedtema for kapittel 6.

5.5 Oppsummering: vekst, motivasjon og offentlige strategier

Jeg har nå beskrevet turisme i Deqin County, og presentert nøkkeltall og strategier basert på offentlige dokumenter og intervjuer med myndighetene. At turisme er en faktor for økonomisk vekst er det grunnlag for å hevde. Turisme i Deqin County kjennetegnes av vekst og positiv utvikling de siste årene, og trendene ser ut til å vedvare. Under feltarbeidet høsten 2009 ble det rapportert om rekordhøye besøkstall. I myndighetenes strategiplaner for fremtiden har turisme en sentral plass. I følge informanter fra lokalmyndighetene forventes det at den økonomiske veksten som følge av turisme vil stige i årene som kommer.

Deqin Old Town er et stort satsingsprosjekt for å tiltrekke seg flere turister til Deqin County. Dette er basert på turistenes søken etter noe annerledes og ”autentisk”, og gamlebyen som i dag utvikles vil forsøke å gi turistene nettopp dette. Spørsmålet er likevel om dette vil bli en vellykket strategi. En fare er at gamlebyen blir for lik allerede eksisterende gamlebyer som i Shangrila, Lijiang eller Dali. En annen utfordring er å skape et sted som oppleves som troverdig for turistene. Å benytte seg av representasjoner som imøtekommer turistenes forventninger til sted og folk, er sentralt i lokalmyndighetenes promoteringsstrategier og generelt i utviklingen av turistnæringen.

Satsingen på å utbygge infrastruktur er viktig for å videreutvikle turistnæringen. Bedrede fremkomstmuligheter er nødvendig for å fortsette veksten i turisme. Og med flere turister kreves flere overnattingssteder og bedret vann- og strømmnett. Utbedret infrastruktur hevdes av lokale myndigheter å komme lokalbefolkningen til gode. En bedre offentlig økonomi hevdes også å komme lokalbefolkningen til gode gjennom for eksempel bedret helse- og utdanningstilbud. Turisme virker å være et hensiktsmessig politisk satsingsområde for å *skape progresjon og opprettholde harmoni* i samfunnet, samtidig som lokalbefolkningen er positive og ønsker turisme velkommen. Økt turisme skaper også flere muligheter for direkte involvering i turistnæringen, og dermed muligheter for privatøkonomisk vekst.

6. EFFEKTER AV TURISME FOR LOKALBEFOLKNINGEN

Jeg vil nå ta for meg tema som omhandler oppgavens andre problemstilling; *turismens økonomiske og sosiokulturelle effekter for lokalbefolkningen i Deqin County*. Jeg vil i kapittel 6.1 og 6.2 ta for meg de økonomiske forandringene turisme har ført til i mine fokusområder, og hvilke konsekvenser dette har for lokalbefolkningen. Her vil måten lokalbefolkningen responderer på de mulighetene turisme medfører stå sentralt, og hvordan godene fordeles i landsbyene.

Jeg vil videre i kapittel 6.3 og 6.4 drøfte hvordan nye økonomiske premisser kan ha påvirket sosiale praksiser som blant annet arbeidsmønster og kjønnsrollemønster, og turismens påvirkning på lokal tibetansk identitet.

Avslutningsvis vil jeg i kapittel 6.5 og 6.6 drøfte de teoretiske perspektivene autentisitet og kommodifisering, og se det i sammenheng med lokalbefolkningens involvering i turistnæringen.

For å besvare min andre problemstilling har jeg intervjuet lokalbefolkningen i seks fokusområder i Deqin County. Dette inkluderer *Deqin City*, hvor omtrent en tredjedel av byens område er i ferd med å omgjøres til omtalte *Deqin Old Town*. Landsbyene *Mingyong*, *Xidang*, *Yubeng* og *Feilai Si* har over de senere år opplevd stor vekst i antall tilreisende turister, og jeg ønsket her å få et innblikk i hvordan turisme har påvirket innbyggerne og deres landsbyer. I tillegg oppsøkte jeg *Cizhong Village* som ligger utenfor de fleste turistens reiserute. Med dette ønsket jeg å få et innblikk i forskjeller mellom steder som er en del av turistnæringen, og steder som ikke er det.³³

6.1 Organisering av deltakelse i turistnæringen

Ønsket om økt levestandard er som regel hovedmotivasjonen for lokalbefolkningens deltakelse i turistnæringen. Når informanter forteller hva som er den største forandringen etter turismens framvekst, er innholdet alltid det samme; ”*vi er rikere nå enn før*”, eller ”*vi har bedre økonomi*”.

Teoretikere som Greenwood (1989) og Nash (1996) er skeptiske til fordelingen av de økonomiske godene som turisme medfører. Også Kolås (2008) bekrefter i sin forskning fra Shangrila at turisme kan føre til økonomiske forskjeller i områder preget av voksende

³³ For kart over Deqin County, se vedlegg 1.

turistaktivitet. Det var også dette jeg forventet å møte da jeg oppsøkte landsbyer med sterk involvering i turistnæringen. Men som vi skal se peker funnene i motsatt retning, der økonomiske forskjeller *utjevnes* som et resultat av turisme. Involveringen i turistnæringen ble organisert på en slik måte at samtlige av landsbyboerne ble inkludert på like premisser, som har ført til at samtlige hushold i dag tjener like mye på turisme. Dette er særlig fremtredende i Mingyong, men ettersom deltakelsen i turistnæringen er organisert etter samme modell i Xidang og Yubeng, har turisme hatt den samme økonomiske effekt her. Jeg vil hovedsakelig fokusere på Mingyong, da det er her turisme har vært lengst og hvor den er mest utbredt, men vil også supplere med data fra de øvrige landsbyene.

Mingyong er lokalisert ved foten av Kawagebo, som er det høyeste og helligste av de tretten fjellene som utgjør Meili Snow Mountain. Fra Kawagebo snor *Mingyong Glacier* seg nedover fjellsiden, og er landsbyens store turistattraksjon. I 1999, året etter den store flommen, bygget myndighetene en vei til Mingyong Village. Dette markerer starten for turisme til landsbyen, og har siden da hatt stor og jevn vekst. Med en trygg asfaltert vei til landsbyen, ble Mingyong nå tilgjengeliggjort for turister i større grad enn før. Turistene kommer hovedsakelig for å se Mingyong Glacier, men i fjellsidene over isbreen er det også to buddhistiske templer som er av interesse. Disse er først og fremst viktige pilegrimsdestinasjoner for tibetanske buddhister, men er også tiltrekkende for turister for øvrig, som jeg har omtalt tidligere. Stedet passer fint inn i representasjonen om mennesker i harmoni med den hellige naturen (Tan 2001). Det illustrerer også viktigheten av gode tilkomstmuligheter til steder som vil satse på turisme.

Da de første turistene kom på slutten av 1990-tallet, var det flere som ønsket å leie lokalbefolkningens hester for transport mellom landsbyen og isbreen. På hesteryggen er det omtrent halvannen time i bratt og ulendt terreng, før man endelig kan se den store breen. Lokalbefolkningen forstod at det var penger å tjene på turistene. Da turistbussene virkelig meldte sin ankomst på begynnelsen av 2000-tallet, ble det klart at turisme var en ny og svært lønnsom aktivitet for den da fattige landsbyen.

På denne tiden var det ikke alle i landsbyen som eide hest eller muldyr, og kunne dermed fort ha blitt ekskludert fra den økonomiske veksten av turisme³⁴. Men lokalbefolkningen organiserte turistaktiviteten på en slik måte at alle fikk delta. Mingyong består av 51 hushold, og det ble bestemt at hvert hushold kun fikk bruke to hester til turisme. Det ble så satt opp et

³⁴ Jeg vil i det følgende omtale dette som *hestaktivitet*, selv om lokalbefolkningen benytter seg av både hester og muldyr i turistnæringen.

rulleringssystem, som skulle garantere at samtlige hushold fikk tilgang på turister. Hvert hushold ble tildelt et nummer, og det ble satt opp en "hestestasjon" hvor stien fra landsbyen til isbreen starter. Når turistene ankommer hestestasjonen tildeles de et husholds nummer, og blir ved hjelp av dette husholdets hester fraktet til isbreenes utkikksplasser eller buddhistiske templer. Hvert hushold er representert, og etter at et hushold har hatt en tur med sine hester, står de øvrige 50 husholdene i rekken før det omsider er ny tur. De husholdene som ikke hadde hester da dette systemet ble satt opp, fikk *låne* hester av de andre i landsbyen, til de hadde penger til å kjøpe sine egne.

Etter noen år med stadig økende turisme, ble det bestemt at hvert hushold kunne benytte seg av fire hester, men at man fremdeles kun skulle ta to hester med turister per tur. Slik er systemet også i dag. Kommer det dermed en gruppe på seks turister, blir de fordelt på tre hushold. Hvilke tre hushold bestemmes av hvem sin tur det er i henhold til rulleringssystemet.

Dersom hushold nummer 15 får siste tur en dag, er det nummer 16 som får første tur neste morgen. Med denne organiseringen fordeler vi turistene rettferdig mellom alle husholdene i landsbyen. Det er ikke uvanlig at alle husholdene får flere turer daglig under høysesongen fra august til oktober. (Informant Mingyong Village)

For en hestetur koster det 150 CNY, hvor av hesteeieren betaler 30 CNY til en felleskasse for landsbyen. Hvert hushold må også betale en årlig administrasjonsavgift på 100 CNY per hest. Jeg blir fortalt at det hele organiseres av en "hestekaptein", som velges på demokratisk vis blant lokalbefolkningen for ett år om gangen. Hestekapteinen blir betalt 300 CNY for denne jobben, og det er hans ansvar å sørge for at rulleringssystemet blir overholdt. Det er også han som tar imot alle henvendelser fra turister, så at han snakker godt mandarin er derfor en forutsetning for å bli tildelt ansvaret som hestekaptein.

På grunn av dette rulleringssystemet, har i dag samtlige hushold i Mingyong like store inntekter fra turistnæringen. Før turismens begynnelse i 1999, var Mingyong en fattig og isolert landsby, med en årlig gjennomsnittlig inntekt på 5-6000 CNY per hushold (som tilsvarer omtrent 4500 – 5500 NOK). Mange måtte reise bort for å arbeide, og informanter fra lokalbefolkningen forteller at inntektene varierte fra 3000 til 8000 CNY mellom de forskjellige husholdene. Dette viser de relative inntektsforskjellene i landsbyen, hvor noen tjente mer enn det dobbelte enn andre. I dag er dette totalt forandret. Av informanter i Mingyong fortelles det at samtlige hushold i 2008 tjente omtrent 60 000 CNY på turisme (55 000 NOK). En slik tidobling av inntektene er en formidabel vekst på ti år. Men i tillegg til

stor økonomisk vekst har også de relative inntektsforskjellene gått ned i lokalbefolkningen. Organiseringen av hestedriften har ført til at den økonomiske avkastningen spres mer likt i lokalsamfunnet, og at tidligere økonomiske forskjeller stort sett har forsvunnet i løpet av de siste ti årene. Dette er ikke den samme effekten som er forventet av en rekke teoretikere, deriblant Greenwood (1989) og Nash (1996).

Det samme har skjedd i landsbyene *Xidang* og *Yubeng*, som er geografisk lokalisert i samme område som Mingyong. Like etter at Mingyong ble et populært reisemål, begynte også turister å ønske seg til Yubeng. Dette er en liten fjellandsby uten veiforbindelse, men med god beliggenhet for turister som søker flott natur med hellige fjell og innsjøer. For å komme seg hit kan man enten gå, eller gjøre som de aller fleste turister; leie hest fra Xidang til Yubeng. Mellom disse to landsbyene ligger det et fjellpass på nærmere 3700 m.o.h. Xidang er ikke et attraktivt reisemål i seg selv, og har ikke mye å by turister på bortsett fra sine hester. Likevel tjener de godt på turisme, og innbyggerne i Xidang har organisert hesteaktiviteten etter samme modell som i Mingyong. Også her forteller informanter at samtlige hushold er engasjert i turisme, og at rulleringssystemet har gjort at inntekten har økt, og at de økonomiske forskjellene har blitt mindre. Dette er dermed et eksempel på en positiv kopieringsstrategi. Årlig inntekt i Xidang er på omtrent 30 000 CNY per hushold. Landsbyen består av 70 hushold, og hvert hushold har kun to hester hver. Inntektene blir dermed lavere enn i Mingyong.

Nesten tilsvarende historie kan fortelles om Yubeng. Inntektene fra turisme kommer primært fra hesteutleie, og de benytter seg også av tilsvarende rulleringssystem. Dette har medført de samme økonomiske effekter som i Mingyong og Xidang, men med kun 35 hushold kunne lokalbefolkningen i 2008 tjene omtrent 60 000 CNY. Det må her nevnes at det er noen hushold i Yubeng som tjener mer enn de øvrige landsbymedlemmene, da disse også har overnattingstilbud til turistene. På grunn av Yubengs avsidesliggende lokalisering må turister overnatte der, og dette skaper mulighet for noen til å tjene ekstra penger på turisme. Informantene i Yubeng er likevel av den oppfatning at de økonomiske forskjellene har blitt mindre etter turismens ankomst. Dette kan forklares med at forskjellen på 60 000 og 75 000 CNY er betydelig mindre relativt sett, enn en forskjell på 3000 og 8000 CNY. Det finnes også overnattingstilbud i Mingyong og Xidang, men på grunn av nye gode veier, som har minsket kjøretiden tilbake til Feilai Si eller Deqin City, er det få som overnatter der.

De forhold som nå er beskrevet tyder altså på at de økonomiske forholdene har bedret seg betraktelig siden landsbyene ble involvert i turisme. Måten befolkningen har respondert på økende turisme har gitt flere positive økonomiske effekter. Med et system som inviterer samtlige innbyggere til å delta i næringen, unngår man intern konkurranse. På denne måten kan det opprettholdes en forholdsvis høy pris på hesteturene, uten at konkurranse om turistene presser prisene ned. Dersom pågangen av turister er ekstra stor, som i nasjonalferien i oktober, kan prisene til og med presses opp. Videre forsikrer rulleringssystemet at hesteførerne er lojale mot fellesskapet, og det sikrer fellesskapet lik tilgang på turister. I de omtalte landsbyer har derfor turisme både ført til stor økonomiske vekst og mindre økonomiske forskjeller i lokalbefolkningen på samme tid.

Dette er interessante, positive og kanskje noe uventede funn. Men det er også behov for å se det hele i en større skala. Når turisme fører til at økonomiske forskjeller utjevnes i noen landsbyer, er dette i de landsbyene som deltar i turistnæringen. For selv om turisme viser seg å utligne økonomiske forskjeller *internt* i disse landsbyene, skaper turisme store økonomiske avstander *mellom* landsbyer som deltar i turisme og de landsbyene som ikke gjør det. Selv om tall fra myndighetene viser at alle deler av befolkningen har opplevd økonomisk vekst og velstandsøkning de siste årene, er det unektelig noen som vinner mer på turisme enn andre. Et av disse stedene med få turister er *Cizhong Village*. Denne landsbyen ligger omtrent fire timers kjøring sør for Deqin City, like ved grensen til Weixi County. Landsbyen er riktignok ikke blant de helt fattigste i Deqin County, men de økonomiske forskjellene i landsbyen er store. Blant lokalbefolkningen spør jeg hva de synes om at myndighetene i Deqin County investerer mye penger i turistindustrien, og jeg får som svar at dette er svært positivt:

Når myndighetene tjener penger på turisme, er dette bra for oss også. Vi har fått økonomisk støtte til å starte vinproduksjon her. Det er bra for oss. Myndighetene skal også forbedre veien hit. Da kommer det kanskje også turister hit, og vi kan tjene enda mer penger. (Informant, Cizhong Village)

Dette er et eksempel på hvordan myndighetene støtter investeringer i andre sektorer enn turisme (her: vinproduksjon), og hvordan dette også kommer lokalbefolkningen utenfor turistnæringen til gode. Det viser også en tro på at utvikling av infrastruktur vil kunne videreutvikle turistnæringen i Deqin County, og at dette vil skape flere muligheter for innbyggerne av Deqin County, som illustrert i modellen i kapittel 5.4.

Steder er forskjellige, og folk griper muligheter på forskjellig måte. Noen steder har naturligvis et bedre utgangspunkt for turistaktiviteter enn andre steder. Det betyr ikke at de

landsbyene som får muligheten til utvikling ikke burde utnytte dette til det fulle. Særlig ikke når landsbybeboerne responderer på en slik måte at det kommer dem alle både økonomisk og sosialt til gode. Turisme er fremdeles forholdsvis nytt i regionen, og alt tyder på vekst i årene som kommer. At forskjeller mellom landsbyer nå øker av at noen har fått det bedre, behøver ikke være negativt, med mindre de som ikke er involvert får det verre. Samtidig er det viktig å erkjenne at dersom det er steder som stagnerer i økonomisk utviklingshensyn, mens andre steder opplever modernisering og vekst, vil dette kunne få negative konsekvenser på sikt. Det vil kunne føre til sosioøkonomiske forskjeller i samfunnet som kan være vanskelig å utjevne. Det er vanskelig at alle steder opplever samme grad av vekst til samme tid, og det er derfor viktig at myndighetenes strategier og visjoner for turistindustrien inkluderer hele befolkningen. Visedirektøren i Deqin County turistkontor bekrefter at ikke alle nyter like godt av turisme i dag, men sier:

Turismen i Deqin vil bare vokse og vokse. Tilbudet blir bedre, og det vil komme flere turister. Da vil stadig flere i lokalbefolkningen ha mulighet til å delta i turistnæringen, og turisme vil dermed kunne bidra til at de økonomiske forskjellene vil utjevnes. På sikt tror vi at alle som ønsker det, vil kunne delta i næringen.

Lokalmyndighetene mener, som beskrevet i forrige analysekapittel, at turisme er en ressurs som kan bidra til et ”harmonisk samfunn”, ved å skape økonomisk vekst for både lokale myndigheter og i lokalbefolkningen gjennom muligheter for involvering i turistnæringen. I det følgende underkapittel vil jeg vise til eksempler på hvordan landsbyer som ikke er *direkte* involvert i turisme likevel nyter økonomisk godt av den turistaktiviteten som har vokst frem i Deqin County.

6.1.1 Underleverandører

Deltakelse i turistnæringen, og den tilhørende økonomiske veksten, medfører flere lokale forandringer. I Mingyong er det i dag hestene som er det viktigste redskapet. Som Banskota og Sharma (i Skålholt 2006) påpeker, kan turisme påvirke arealbruk og endre jordbruksmønsteret, ved at turistaktivitet opptar arbeidskraft og forandrer produksjonsbehov. Før turisme var de stort sett selvforsynte bønder som dyrket mais, hvete og høylandsbygg (qing ke). Noen samlet også valnøtter og pinjekjerner som kunne selges på markeder i Deqin City. Jakt og soppsanking var også aktiviteter som medførte en viss økonomisk gevinst. Men de årlige inntektene var fremdeles kun noen få tusen yuan per familie, og ikke på langt nær like profitabelt som hesteaktiviteten er i dag. Hestene har derfor blitt det viktigste i lokalbefolkningens hverdag, og jordarealene som før gav mat til befolkningen, er i dag avsatt

til produksjon av hestefôr. Det samme gjelder for Xidang og Yubeng.³⁵ Arbeidskraften som før ble brukt i åkeren eller i skogene for å skaffe mat, er nå overført til å drive hestene til fjellet, mot betaling fra turister. Jakt og soppsanking har opphørt i landsbyer involvert i turisme. Informanter forteller at de ikke lenger har tid, men at de heller ikke har behov for dette lenger. De trenger heller ikke dyrke sin egen mat, for de har nå økonomi til å kjøpe all den mat de trenger utenfra. Dette kan karakteriseres som sosiokulturelle forandringer som et resultat av turisme, da det har gjort store omveltninger på hverdagslige gjøremål i landsbyene. Deres levesett har blitt forandret, og nye matvaner og konsummønster har vokst frem. I forhold til det kommunistiske nasjonaliseringsprosjektet har de gjort fremskritt på den evolusjonære utviklingskurven (Harrell 1995).

Fire hester krever mye fôr, og bøndene i Mingyong klarer kun å produsere halvparten av hestenes årlige behov selv. Resten må kjøpes utenfra. Dette har ført til at landsbyer i nærheten av Mingyong har spesialisert seg på produksjon av gress som er bra hesteføde. For et traktorlass med gress betales 200 CNY. Bøndene som har spesialisert seg på denne formen for hestefôrproduksjon må også ansette arbeidere til å kutte og transportere gresset til kjøperne, og disse arbeiderne får betalt 50 CNY for denne jobben. Et traktorlass med gress varer i kun fem dager, så det er behov for mye gress. Dette viser hvordan penger som er generert gjennom direkte kontakt med turister spres i regionen. Turisme har skapt nye behov i Mingyong, som igjen skaper nye muligheter for andre landsbyer, bønder og arbeidere.

Flere tilsvarende historier kan nevnes fra området. Både Xidang og Yubeng er også avhengige av kjøp av hestefôr fra andre landsbyer. Det meste av mat til eget konsum må nå også kjøpes utenfra, enten fra markeder og butikker i Deqin City, eller fra andre bønder som ikke er involvert i turisme. Særlig i Yubeng dekkes nye behov gjennom kjøp av varer og tjenester utenfra. På grunn av deres beliggenhet må alt fraktes inn på hest eller muldyr. Dette koster mer, men er en pris verdt å betale:

Vi har alliert oss med en landsby ved elven. De frakter inn det vi trenger av mat og utstyr. Det koster en del, men slik er det. Før fraktet vi selv inn det vi trengte, men ikke nå lenger. Vi har penger. Våre hester trenger vi til turistene. Vi er svært fornøyde med utviklingen. (Informant Yubeng)

Det jeg nå har beskrevet illustrerer hvordan steder som ikke er *direkte* involvert i turisme har mulighet for økonomisk vekst som et resultat av turisme. Som vist i teorikapittelet, beskriver Hirschman (1958) hvordan steder med økonomisk vekst vil kunne handle og investere i

³⁵ Hovedkosten for hestene er høy og tørket mais.

områder som ikke opplever den samme graden av utvikling. Dette kaller han *trickle-down effekter*. Ifølge Hirschman medfører slike *trickle-down effekter* at økonomisk kapital spres fra rikere til fattigere områder, som over tid kan bidra til generelt forbedret økonomi og utjevning av økonomiske forskjeller. Han påpeker imidlertid at *polariseringseffekter* er mest framtrædende i tidlige stadier av utvikling. Lardy (1978) beskriver en slik utvikling som en ”omvendt u-formet” økonomisk utvikling, hvor forskjellene først øker, før de etter hvert minsker i takt med økt økonomisk velstand i regionen. Som nevnt i kapittel 2.4.1 ønsker jeg ikke å forsvare Hirschmans utviklingsteorier, men jeg finner hans teoretiske perspektiver passende for aktiviteter som utspiller seg i mitt studieområde i dag.

Som beskrevet har det blitt økte økonomiske forskjeller mellom landsbyer i Deqin County etter turismens begynnelse. Men det kan også observeres at når landsbyer som Mingyong og Yubeng stadig spesialisere seg på turisme, øker behovet for kjøp av varer og tjenester utenfra. Dette fører til at deler av deres økonomiske overskudd spres til landsbyer som kan imøtekomme disse behovene. I følge Hirschmans teorier vil trickle-down effekter overgå polariseringseffekter dersom de rikere områdene er avhengige av import fra fattigere områder. Vi har tidligere sett at turisme har medført store økonomiske inntektsforskjeller mellom landsbyer som er involvert i turisme og de som ikke er det. Samtidig illustrerer framveksten av underleverandører av varer og tjenester til turistnæringen en utvikling hvor stadig flere aktører fra lokalbefolkningen i Deqin County kan tjene penger på turisme. Når landsbyer involvert i turisme har forandret sitt næringsgrunnlag, har det også vokst frem et behov for nye varer og tjenester. For å opprettholde hesteaktiviteten er de avhengige av å kunne kjøpe hestefôr fra andre nærliggende landsbyer. Maten de før dyrket selv, blir nå kjøpt på markeder eller av handelsfolk i Deqin City. Slik kan det observeres at pengene tjent på direkte kontakt med turister omsider spres til landsbyer som ikke er direkte involvert i turisme. Informanter fra både myndighetene, turistnæringen og de landsbyene jeg har besøkt, er derfor positive og forventningsfulle til de økonomiske effektene turisme kan medbringe for hele Deqin Countys befolkning.

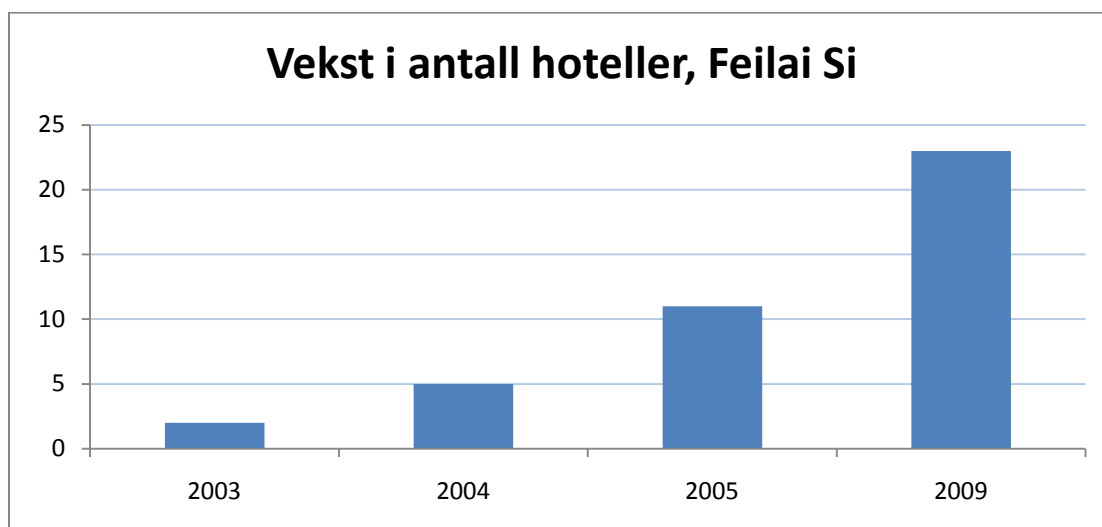
6.2 Lokalbefolkningens syn på økt velstand og lokal utvikling

Innføringen av turisme påvirker mange samfunnsmessige forhold, hvor økonomisk vekst i lokalbefolkningen er den mest markante. Men hva *fører* så denne økonomiske veksten til? Sosiale og kulturelle forandringer jeg har kunnet observere er samlet under betegnelsen *sosiokulturelle forandringer*.

Myndighetene i Deqin County legger ikke skjul på deres store forventninger til hva turisme kan bringe av goder til regionen. Strategier innebærer vekst i turistindustrien så vel som lokal utvikling for befolkningen. Men finner man dette igjen i landsbyer i Deqin County i dag, og kan effekter av myndighetenes strategier og visjoner bekreftes av lokalbefolkningen? Noe har latt seg bekrefte, som støtte til utvikling av turistnæringen, vinproduksjon og behovet for et godt veisystem. Subsidiering av drueproduksjon er ikke bare blitt gjort i Cizhong, det er et generelt satsingsprogram i hele Deqin County.

Feilai Si er den eneste landsbyen i mitt fokusområde som ikke har ubegrenset tilgang på vann. Vann er ikke mangelvare i Deqin County, men på grunn av manglende rørsystem har tilgjengeligheten av vann vært noe begrenset i denne landsbyen. Med framveksten av nye hoteller i Feilai Si har konkurransen om vannet blitt forsterket, og myndighetene har derfor sett seg nødt til å utbedre vanntilførselen til Feilai Si. Prosjektlederen for Meili Snow Mountain National Park påpeker at også lokalbefolkningen vil nyte godt av dette. Landsbyen er også blitt lovet forbedret tilgang til strøm, TV-kabler og internett. Dette arbeidet er i dag pågående, og det lot seg ikke bekrefte om lokalbefolkningen hadde opplevd forbedringer.

Framveksten av nye hoteller i Feilai Si er også et eksempel på utvikling av privat entreprenørskap som jeg har beskrevet i kapittel 5.4.1. Feilai Si er lokalisert like ved utkikksplassformen mot den store turistattraksjonen Meili Snow Mountain. Figuren under viser stor vekst i antall hoteller de siste årene. Dette er "personal businesses" eid av lokalbefolkningen, men ofte drevet av tilreisende med større erfaring fra turistnæringen. Hotell- og restaurantaktivitet er en stor inntektskilde for lokalbefolkningen i Feilai Si.



Figur 15: Vekst i antall hoteller, Feilai Si. Data hentet fra intervjuer med lokale turistaktører. Informasjonen stemmer overens med de forskjellige informantene, og de tellingene jeg gjorde på stedet under feltarbeid 2009.

En informant i Xidang, som er lege, kan bekrefte at sykehuset i Deqin City har blitt betraktelig bedre de siste årene. Som tidligere fortalt hevder myndighetene at dette henger sammen med det økte antallet turister til regionen, men ifølge informanten tilhører det likevel sjeldenhetene at turister er innom sykehuset. Han har inntrykk av at sykehuset hovedsakelig er for befolkningen i Deqin County, og at utbedringene skyldes bedre offentlig økonomi. Generelt er det få av mine informanter som sier de har opplevd noen merkbar forandring i helsetilbudet. Det kommer imidlertid frem at flere har private helseforsikringsprogram, og at færre har tannproblemer enn tidligere. En informant fra Yubeng forteller at de nå har råd til å oppsøke tannlege, noe som få hadde for bare noen år siden. Til tross for at mange ikke selv har opplevd forbedringer på dette området, er det generelle inntrykket at helsetilbudet til lokalbefolkningen er tilstrekkelig, og bedre enn det tidligere har vært. Dette tyder på et tilfredsstillende helsetilbud som *kan* være en effekt av turisme.

Når det gjelder utdanning har det derimot vært en mer markant utvikling. En informant fra Mingyong, som er tidligere lærer, forteller at: *”i dag er det mange fra landsbyen som går på universitet eller yrkesskole. Mange flere enn før!”*. Han trekker frem tre grunner til dette. For det første er kvaliteten på grunnskolenivået i Deqin County betydelig hevet. Det gir elever et bedre utgangspunkt til å klare opptakskravene til høyere utdanning. For det andre tar universiteter og høyskoler opp flere elever enn før, som øker inntaksmulighetene. For det tredje har innbyggerne i dag betraktelig bedre økonomi enn tidligere, som gjør at flere familier har råd til å gi ungene høyere utdanning. Som tidligere nevnt er høyere utdanning kostbart, og det er heller ikke alltid familier kan ta seg råd til å avse god arbeidskraft. Bare i Mingyong er det i dag femten personer fra landsbyen som går på universitet. En informant fra Yubeng forteller:

Begge ungene våre har reist bort for å ta høyere utdanning, så nå leier vi inn arbeidskraft som kan hjelpe til med hestene. Det er dyrt å ta høyere utdanning, men nå har vi heldigvis råd til det, og det er vi veldig glade for. (Informant Yubeng Village)

Noen ungdommer jeg intervjuer forteller at de ikke ser behovet for å ta utdanning, når turisme gjør det mulig å tjene gode penger i landsbyen. Dette forteller at lokalbefolkningens prioriteringer er ulike, men fremfor alt at høyere utdanning er en av de nye *mulighetene* den forbedrede økonomiske tilstanden tillater.

Heberer (2007) påpeker at å skape en arena for økonomisk aktivitet hvor privat entreprenørvirksomhet kan vokse frem, sannsynligvis er en av de mest effektive måtene å

integrere etniske minoriteter i den lokale og nasjonale økonomien. Den fremvoksende turismen har ført til økonomisk vekst og nye utdanningsmuligheter, samt forbedret infrastruktur og tilgang på helsetjenester. Men dette er goder som i dag ikke kommer alle i Deqin County tilgode. Det er en fare for at mulighetene som nå presenteres for deler av befolkningen vil skape enda større forskjeller blant innbyggerne i Deqin County, både økonomisk og sosiokulturelt. Alle steder kan imidlertid ikke oppnå lik grad av utvikling på samme tid, og empirien har vist eksempler på at økonomisk vekst i en landsby, også kan føre til muligheter for vekst i andre landsbyer. Lokalmyndighetene i Deqin County håper at turisme skal kunne være en arena som gjennom tilsvarende vekst i fremtiden vil kunne gi alle innbyggerne i Deqin County gode muligheter for utvikling.

6.3 Utvikling av ny arbeidsfordeling og nye kjønnsrollemønstre

Som vist påvirker innføringen av turisme mange samfunnsmessige forhold, med økonomisk vekst i lokalbefolkningen som den mest markante. I mine fokusområder er det også flere sosiokulturelle forandringer, og det er to forandringer som fremstår som særlig interessante. Det første er nye *betingelser for arbeid*, og det andre er forandring i *kjønnsrollemønstre*.

Før turismens fremvekst var de fleste familier så fattige at mennene deler av året måtte arbeide som migrantarbeidere i byene, eller andre steder hvor det var arbeid å finne. Det var gjerne her familien fikk de pengene som trengtes for å kjøpe det de ikke klarte å produsere selv. Når mennene var borte som migrantarbeidere var det også færre munnar å mette i landsbyene. Men med turismens inntog har dette blitt snudd på hodet. Den gode økonomien i Mingyong og Yubeng har gjort det helt slutt på at mennene er migrantarbeidere i byene, og i turistsesongen er det så mye å gjøre at de til og med må importere arbeidskraft fra andre landsbyer. Dette er nok et eksempel på hvordan økonomisk overskudd fra turistnæringen til dels fordeles i regionen. At lokalbefolkningen nå kan være samlet i landsbyen, og leve av å bringe turister rundt i deres nærmiljø, er også et eksempel på en av de positive sidene ved turisme ifølge MacCannell. Han hevder at et folks kulturelle grunnlag bedre ivaretas gjennom deltakelse i turisme, dersom dette er ”(...) *permitting them to avoid the kind of work in factories or as agricultural labourers that changes their lives forever*” (MacCannell 1992: 19). Avslutningen av migrantarbeidertilværelsen trekkes av mange informanter frem som det beste resultatet av den økonomiske utviklingen i området:

Omtrent alle voksne menn her i landsbyen har vært migrantarbeidere. Vi måtte reise ut før, men det slipper vi nå. Nå kan vi få alt vi trenger gjennom å arbeide her i landsbyen. Det er vi veldig glade for. Noen reiser fremdeles ut, men da *velger* de det, det er ikke fordi de *må*. Det er en stor forskjell.
(Informant Mingyong Village)

Turisme og organiseringen av arbeidet med hesteaktiviteten har også ført til nye arbeidsoppgaver i flere av mine fokusområder. En informant fra Xidang forteller at:

Det har tradisjonelt sett vært svært ulike sosiale roller for menn og kvinner i det tibetanske samfunn. Etter lokalbefolkningen startet med turisme, har dette kjønnsrollemønsteret forandret seg noe, og de sosiale forskjellene mellom mann og kvinne har gradvis blitt mindre.

Før var det klart avgrensede arbeidsoppgaver, og mye av den økonomiske kapitalen ble generert gjennom mannens arbeid. Dette kan ha forsterket kjønnsrollene og mannens dominans i familien. Forandringene som nå påpekes kan være et resultat av nye måter å organisere arbeidet på i forbindelse med turisme. I følge Tan (2001) kan turisme bidra til å skape sosiale forandringer ved at kvinner får muligheter de før ikke har hatt til å tjene penger. I mine fokusområder er kvinner like viktige som menn når det gjelder transport av turister på hesteryggen. Det er like ofte kvinner som menn bak hestene, og det er ikke uvanlig at familiens medlemmer bytter på arbeidsoppgavene. Kvinnene er med den nye arbeidsformen like viktige som menn når det gjelder å tjene penger på turistnæringen. Gjennom turisme har de fått den samme økonomiske kapasiteten som menn. Dette kan føre til at kvinners status har steget i takt med turismens stadig viktigere rolle, og kan dermed være med å bidra til mindre sosiale forskjeller mellom kvinner og menn. Dette er effekter av økonomiske muligheter ved turisme, men som gir utslag i sosiokulturelle forandringer. Dette er en utvikling som flere av mine informanter fremhever som positivt.



Figur 16: Kvinnelig hestefører, Mingyong, september 2009.

6.4 Turismens påvirkning på etnisk identitet

Jeg har diskutert hvordan turisme i Deqin County medfører økonomiske forandringer, som i neste omgang også påvirker andre aspekter i tibetanernes hverdagsliv. Jeg vil nå gå nærmere inn på hvordan etniske og kulturelle egenskaper som språk, klær, religiøs utøvelse og andre tradisjoner har blitt påvirket av den økende turismen i Deqin County.

Mye av kritikken rettet mot turisme handler om hvordan lokale og tidligere skjermede kulturer påvirkes og ”ødelegges” i møtet med en dominerende og påvirkende kraft som turisme (Greenwood 1989, Urry 1990, Nash 1996, McKhann 1995). MacCannell (1992) hevder at det er en utopisk visjon å tro at steder kan involvere seg i turisme og tjene på dette uten at de samtidig må ofre noe på veien. Han kaller dette en fornektelse av sammenhengen mellom utnyttelse og profitt. Det finnes imidlertid andre forståelser av møtet mellom lokalbefolkninger og turister, mellom det lokale og det globale. I følge Harrell (2001) har turisme vært en viktig faktor for den revitaliseringen av etnisk kultur som har funnet sted i Kina de siste tiårene. Tan (2001) påpeker at turisme kan gi positive ringevirkninger, da møtet med turister kan styrke minoriteters selvbevissthet og identitet. Ved å representere egen kultur

og historie for turister, hevder Tan at etniske minoriteter kan få en fornyet stolthet og takknemlighet for deres ”tradisjonelle verdier”. Deqin County har opplevd stor vekst i turisme de senere år, og har en tibetansk lokalbefolkning som stadig møter flere tilreisende vestlige og han-kinesiske turister. Hvordan responderer lokalbefolkningen på dette møtet? Styrkes eller svekkes deres tradisjonelle etniske uttrykk i møtet med turister og fremmede kulturer?

6.4.1 Språk og klær

En kulturell bærebjelke er deres *tibetanske språk*. Jeg har tidligere nevnt at å beherske mandarin er en gunstig egenskap i møtet med turister. En informant fra lokalmyndighetene i Deqin County forteller også at personer som ikke snakker mandarin risikerer å bli helt eller delvis ekskludert fra turistsektoren. Dette indikerer ikke hva turisme *har* ført til, men heller hva det *kan* føre til. Dersom turisme blir en stadig viktigere næringssektor i Deqin, vil behovet for å beherske andre språk enn tibetansk også bli viktigere. Turisme kan dermed bli en viktig driver for språklig utvikling i regionen. Hvilke følger dette vil få for det tibetanske språket som praktiseres i dag gjenstår å se. Det er ikke en gitt konsekvens at det tibetanske språket vil miste verdi på grunn av fremvekst av nye språkferdigheter, men det er en mulighet. I samtlige av mine fokusområder var det tibetansk som ble praktisert blant innbyggerne, men stadig flere behersker også mandarin. Informanter trekker frem større språkkyndighet som et resultat av turisme, og den viktigste grunnen er mulighetene for å *praktisere* det i hverdagen. Noen få, og særlig de yngre, har så smått også begynt å beherske engelsk. Dette kan ses i sammenheng med flere vestlige turister som følge av en stadig mer globalisert turistindustri.

Utviklingen av språkferdigheter kan imidlertid ikke bare tilskrives turisme. At det har en positiv effekt på ferdighetsnivået er nok riktig, men det er også andre faktorer som påvirker de lokale språkkunnskapene. Turisme er en agent for forandring og modernisering, men dersom det ikke er turisme, vil det alltid være andre eksterne krefter som påvirker og dermed forandrer en kultur. Som jeg har vært inne på har store deler av befolkningen vært tvunget til å jobbe som migrantarbeidere. Ifølge mine informanter i Mingyong, Xidang og Yubeng er dette kraftig redusert etter landsbyenes involvering i turistnæringen. Det er også stadig flere som har TV, og jeg blir fortalt at dette også hjelper dem å lære mandarin. Der mennene har lært mandarin som migrantarbeidere, lærer kvinnene i dag av kinesiske såpeserier på TV. Møtet med en kinesisk majoritetskultur er i dag mer tilgjengelig enn det tidligere har vært. I tillegg til dette er mandarin det dominerende språket på skolen. Når en stadig større del av barna deltar i det offentlige skolesystemet, vil også stadig flere lære seg mandarin. Hvordan vil dette påvirke lokalbefolkningen? Og med velstandsøkningen de opplever er det stadig flere

av de unge som tar høyere utdanning. Hva kan økt grad av høyere utdanning føre til i fremtiden? Hvilke konsekvenser vil utreiser gjøre med deres lokale kultur og etniske identitet? Generelt kan det hevdes at utdanning er noe positivt, en aktivitet som gir økte muligheter for både økonomisk velstand og personlig realisering. Økt grad av kunnskap vil også være et gode for samfunnet, som gjennom tilførsel av for eksempel leger og ingeniører. Samtidig blir man seg selv mer bevisst i møtet med andre. Når en person reiser ut og opplever nye steder og kulturer, vil hun eller han plassere seg selv i forhold til det, og dermed i større grad enn før reflektere over hvilket sted og kultur hun selv kommer fra, hevder en informant fra Yunnan Nationalities University i Kunming. Slik kan økt grad av kontakt med folk utenfra, både gjennom besøkende turister og gjennom utdanning utenfor lokalregionen, være med på å styrke bevisstheten om egen kultur og identitet. Gjennom tydeliggjøring av forskjeller kan altså lokalbefolkningens egen identitet styrkes. Men det kan også føre til at man blir likere de man møter. En informant ved et universitet i Kunming forteller at desto større grad av kontakt det er mellom tibetanerne og majoritetsbefolkningen, desto likere tror han de vil bli:

Jeg er redd for at tibetanske studenter vil kunne bli mer lik han-kinesere, fremfor å få styrket sin egen kultur og identitet. Det er et mål for kinesiske myndigheter å integrere etniske minoriteter. Det kan også kalles assimilering. Det blir ikke alltid slik, men ofte. (Informant, Yunnan Nationalities University).

Det kunne være interessant å forfølge denne utviklingen i årene som kommer. Om de som i dag reiser fra Deqin County for å studere vender hjem til sine landsbyer etter studiene er uvisst. Hvordan studentene forholder seg til deres minoritetsidentitet i møtet med andre kunne være et interessant spørsmål å ta for seg.

En annen etnisk markør for kulturell forandring er *klær*. Det var overvekt av informanter som trakk frem nettopp klesdrakt som en viktig lokal kulturell forandring: ”*Vi bruker ikke lenger våre tradisjonelle tibetanske klær*”, ble sagt av flere. Også her kan deler av forklaringen ligge i turisme. Særlig i landsbyene Mingyong, Xidang og Yubeng, hvor pågangen fra turister er stor, blir dette fremtredende. Mange av hesteførerne bærer kjente sportsklær som *North Face*, *Peak* og *Mountain Hardware*. Dette er klær som er særlig gunstige på fjellturer, og dermed også utbredt blant turister som kommer hit. Denne forandringen til å bruke klær av denne typen kan forklares som en demonstrasjonseffekt (Williams 2009). Demonstrasjonseffekter er avhengig av synlige forskjeller mellom turister og lokalbefolkningen, da forandringer hos lokalbefolkningen er knyttet til deres observasjon og imitasjon av turister. I dette tilfellet tar

lokalbefolkningen etter turistenes klesstil og forbruksmønster, bevisst eller ubevisst. De samme demonstrasjonseffektene kan også være forklarende for påvirkning av språk.

Som for språk, kan heller ikke forandringer i klesstilen kun tillegges turisme. En informant i Cizhong forteller at sett bort fra spesielle anledninger, har de ikke brukt deres tradisjonelle tibetanske klesdrakter siden kulturrevolusjonen. En annen informant forteller at de ikke har brukt tibetanske klær i hverdagen siden den såkalte ”frigjøringen”³⁶. Her må forandringer i bruk av klesdrakt sees i sammenheng med den dominerende kinesiske han-kultur, som har vært tilstede i lang tid. Forandringer som følge av en slik dominerende påvirkning kan forklares ut fra acculturation-prosesser:

(...) when two cultures come into contact for any length of time, an exchange of ideas and products will take place that will, through time, produce varying levels of convergence between cultures, that is, they become more similar. (*Murphy i Williams 2009: 139*)

Dette forklarer at steder og folk i møtet med hverandre over tid vil bli likere. Williams (2009) understreker at det ikke foregår en balansert grad av kulturell forandring, verken gjennom demonstrasjonseffekter eller gjennom acculturation-prosesser. Han hevder at dominerende kulturer i større grad vil påvirke mindre kulturer enn motsatt, som betyr at den tibetanske lokalbefolkningen har, og fortsatt vil, forandres mot å bli likere han-majoriteten. Dette kan gjelde både for språk, og for måten lokalbefolkningen kler seg på.

Men det må også nevnes at turisme kan bidra til å ivareta tradisjoner. Turister søker det som er annerledes, de etterspør ”autentiske opplevelser”. Dette medfører økt fokus på kultur og historie, som kan bidra til å ivareta de tibetanske tradisjoner. Dette vil jeg komme tilbake til.

6.4.2 Religionsutøvelse

Den buddhistiske troen står sterkt i det tibetanske samfunn, og er en sentral del av tibetansk kultur og tradisjon. Det er derfor interessant og utforske om turisme på noen måte påvirker lokalbefolkningens religionsutøvelse. I følge lokalbefolkningen jeg har snakket med, er fremdeles buddhisme en viktig del av deres hverdag. Faste ritualer gjennomføres hver morgen i alle mine fokusområder. I landsbyene hvor befolkningen er engasjert i turisme gjennom hesteaktivitet, fortelles det imidlertid at de er så opptatt med turister at de sjelden besøker de hellige templene ved Mingyong Glacier. En informant sier:

³⁶ ”Frigjøringen”/okupasjonen av Tibet i 1950. Kulturrevolusjonen i Kina varte fra 1966-1976, og minoriteter ble i denne perioden forfulgt av myndighetene. Vesentlige deler av kinesisk kulturarv gikk tapt.

Å gå med hestene tar mye tid, og vi blir veldig slitne. Vi får mindre tid til å besøke hellige steder, som Lotus Temple. Men vi ber fremdeles hver dag. Og på gode dager besøker vi alltid templene. Selv om turistene tar mye tid, er det bedre nå enn da vi reiste bort for å jobbe. (Informant Mingyong Village)

Det er en tilbakevendende forståelse blant lokalbefolkningen at deres religionsutøvelse ikke har blitt særlig påvirket av turisme. Noen eldre informanter hevder at de yngre er mindre opptatt av religion enn de selv var, men det er langt fra alle som er enig i dette. Stort sett er lokalbefolkningens inntrykk at turisme påvirker religion lite, bortsett fra at de ikke har så mye tid til selve utøvelsen som de skulle ønske. Som sitatet over indikerer, er det visse dager i den tibetanske kalenderen som er særlig hellige ³⁷. Ved slike tilfeller legges alt arbeid til side, og *Taizi* og *Lotus Temple* ved Mingyong Glacier besøkes. Det vektlegges at ved slike anledninger vil ingen turister bli fraktet til fjells på hesteryggen, selv ikke under ”golden week”, da prisene gjerne dobbles. Dette forteller at visse religiøse tradisjoner settes høyere enn økonomisk gevinst. Det kan også være et tegn på at lokalbefolkningen til daglig tjener såpass bra på turisme, at de kan *velge* å prioritere tradisjoner foran arbeid. I begge tilfeller illustreres det at religionen fremdeles har en sentral plass i den lokale kultur, uten stor grad av påvirkning fra turisme. Tvert i mot kan det hevdes at gjennom nye arbeidsmønstre som turistaktiviteten tillater, blir det lettere for tidligere migrantarbeidere å vedlikeholde lokale religiøse skikker.

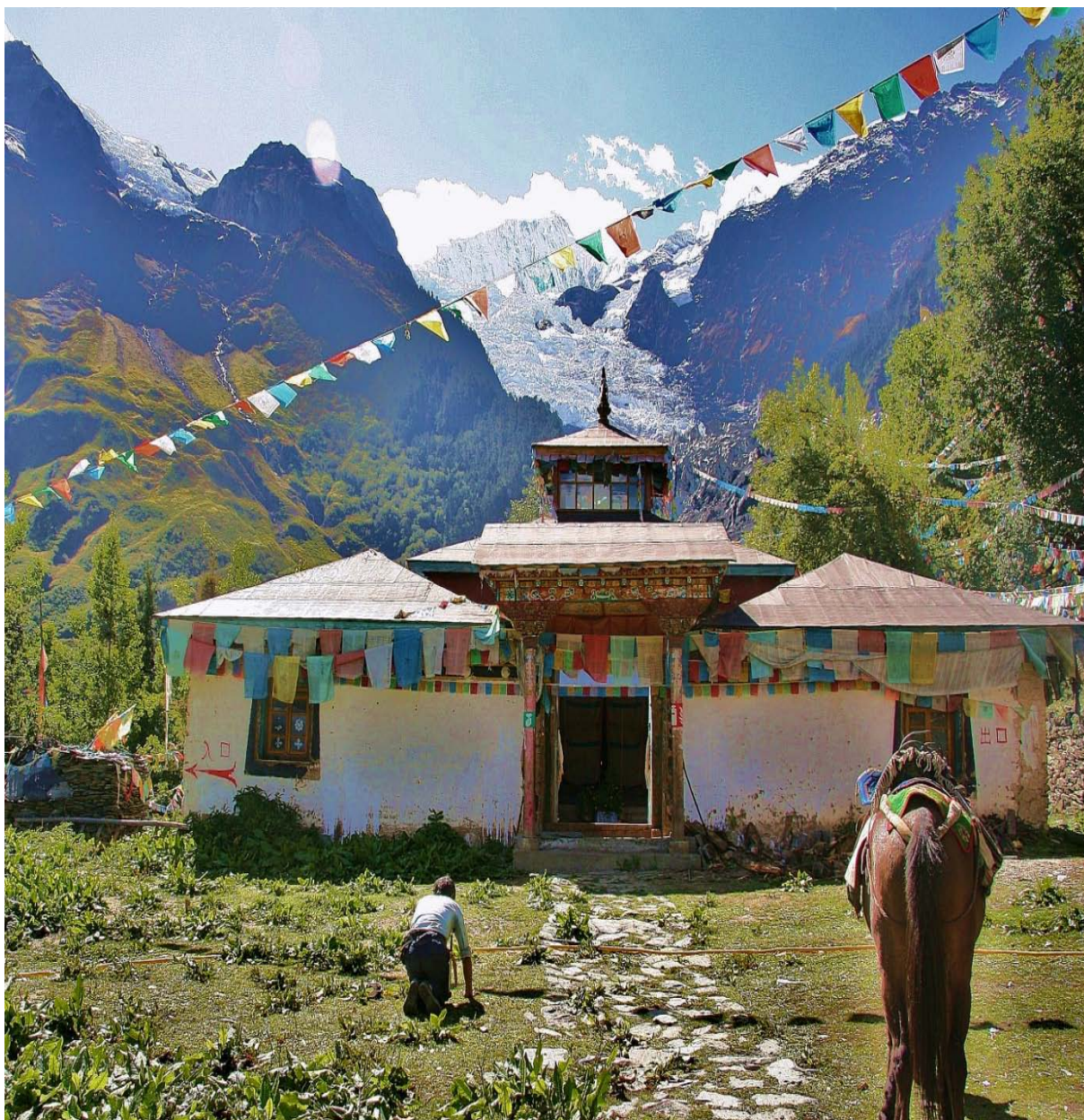
Som tidligere omtalt er flere av mine fokusområder (Feilai Si, Yubeng og Mingyong) viktige pilgrimsdestinasjoner. Også pilegrimene gir sitt bidrag til turistnæringen. Dels gjennom det de legger igjen i transport, kost og losji, men også gjennom å være en attraksjon for øvrige turister. Pilegrimene underbygger det Tan (2001) beskriver som mytiske representasjoner om tibetansk religion og hellig natur. Som nevnt bemerker også Kolås (2008) at promotering av ”det hellige” er en strategi som benyttes ovenfor turister.

Det er vanlig at pilegrimer som ikke er kjent i området ber lokalbefolkningen om hjelp til å gjennomføre hellige vandringer rundt Meili Snow Mountain (”nei zhuang jing” og ”wai zhuang jing”). Slike sirkulære pilgrimsvandringer er en viktig tradisjon for tibetanske buddhister, og er en ettertraktet jobb for lokalbefolkningen:

To ganger har jeg vært guide for pilegrimer. Dette er veldig bra. For det første er det en sjanse til å gjøre ’wai zhuang jing’. For det andre tjener man penger på det samtidig. Sånn sett er turisme veldig bra. Alle vil ha slike turer. (Informant Mingyong)

³⁷ Den 5., 15. og 25. i den første måneden etter den tibetanske vår-festen er noen av disse særlig hellige dagene det blir vist til.

Her kombineres altså turistaktiviteten med egne religiøse tradisjoner. Det samme gjelder når lokalbefolkningen fører turister til Lotus Temple, det høyeste og helligste av de to templene ved Mingyong Glacier. Ved ankomst blir hestene satt til å gresse, mens de selv tilber Kawagebo og gjennomfører religiøse skikker i tempelet.



Figur 17: Hest og hestefører ved Lotus Temple. Kawagebo og Mingyong Glacier i bakgrunnen. September 2009.

Det har imidlertid skjedd en markant forandring i religionsutøvelse som direkte kan linkes til turisme. Meili Snow Mountain er en viktig pilegrimstradisjon blant tibetanerne, men Lhasa og Potala Palace er definitivt den viktigste. Før var det få som fikk muligheten til å gjennomføre denne reisen. Men med den økonomiske veksten turisme har ført med seg, er det stadig en

større del av lokalbefolkningen i Deqin County som gjennomfører denne turen. Informanter har tro på at det vil bli stadig lettere å besøke Lhasa, da veiene blir bedre og flere har transportmiddel. I dag tar det tre til fire dager å kjøre fra Deqin County til Lhasa. Siden 2007 har landsbykomiteen i Mingyong arrangert en årlig pilegrimstur til Lhasa etter turistsesongens slutt. Turen betales av felleskassen som samtlige har bidratt til gjennom hesteaktiviteten. Hvert hushold kan delta med én person, og det skal være den eldste som enda ikke har vært i Lhasa. Ved siden av dette kan også øvrige familiemedlemmer være med, men da må turen betales selv. Etter turismens start har følgelig de fleste fra Mingyong vært i Lhasa. Dette trekkes frem som et uventet, men svært gledelig resultat av turisme, hevder en av hesteførerne i Mingyong. Denne utviklingen kan forklares gjennom bedre økonomiske rammer, men er også et symbol på hvordan befolkningen velger å investere dette økonomiske overskuddet. Når størstedelen av lokalbefolkningen ønsker å omgjøre økonomisk kapital til religiøs kapital, forteller det at religion og kultur fremdeles står sterkt i områdene involvert i turisme.

6.4.3 Tibetansk byggeskikk

I Feilai Si er det i dag flere hus under konstruksjon eller oppussing. Å investere i hus er en vanlig reaksjon av økonomisk vekst i Kina, men her er det påfallende hvor ”tibetanske” disse og de andre nybygde husene er. Som tidligere nevnt bygges det ”nytt i gammel stil” i Feilai Si. Men hvorfor er det slik? Er dette et ledd i å trekke turister?

I følge en informant i Feilai Si er byggingen som nå foregår et resultat av flere faktorer. Generelt bedre økonomi trekkes frem, og tilskrives den økte turistaktiviteten. Landsbyens innbyggere er eiere av tomtene hvor alle de nye hotellene er bygget de siste årene, og tjener gode penger på utleieavtaler med tilreisende næringsdrivende. Videre har også landsbyen fått kompensasjonspenger fra lokalmyndighetene i Deqin County, som et resultat av byggingen av en utviklingsplattform på deres område. Utkviklingsplattformen har utsikt mot Meili Snow Mountain. Landsbykomiteen har bestemt at kompensasjonspengene skal fordeles blant innbyggerne som fra før ikke har økonomi til å pusse opp huset. Myndighetene har her, som i kommende Deqin Old Town, oppfordret lokalbefolkningen til å opprettholde eller tydeliggjøre det tibetanske uttrykket i husene.

Feilai Si Village er lokalisert like utenfor Deqin City og er en av de mest besøkte turistdestinasjonene i Deqin County. Derfor er landsbyen et sentralt inntrykk i de besøkende turistenes opplevelse. Med byggingen av nasjonalparkens utviklingsplattform, har lokalbefolkningen også fått en ny motivasjon for å tiltrekke turister; landsbyen vil motta en

andel av de årlige inntektspengene fra utviklingsplattformen. Når befolkningen blir fortalt, eller selv opplever, at det tibetanske uttrykket er en etterspurt vare, vil dette skape insentiver for å bygge hus som ivaretar et tradisjonelt utseende.

Umiddelbart synliggjøres tre interessante motivasjonsfaktorer for at lokale myndigheter overfører økonomisk kapital til lokalbefolkningen, med oppfordring om å ”oppruste” landsbyen i tibetansk stil. Det første er *lokal utvikling*. Lokalbefolkningen får nyere hus av bedre kvalitet, samtidig som myndighetene kan følge opp at pengene blir brukt på noe fornuftig, nemlig kvalitetsheving lokalt i landsbyen. For det andre kan det *tiltrekke flere turister*. Lokalmyndighetene har vært på studietur til Shangrila og Lijiang, og lært at det er det ”tibetanske”, den lokale kultur og det som er *annerledes* turistene ønsker seg. Det er de tydelig på i konstruksjonen av Deqin Old Town, og de vil også opprettholde dette i landsbyen ved den nye utviklingsplattformen, juvelen i den nye nasjonalparken. Området ønskes å være gjennomført i tibetansk stil som svarer til turistenes forventninger. Det skal imøtekomme ”the tourist gaze” (Urry 1990). For det tredje vil denne utviklingen også *ivareta lokal kultur og tibetanske tradisjoner*. Tradisjonell arkitektur og byggeskikk er en viktig del av kultur og historie, og når turistenes forventninger imøtekommes på denne måten, kan turisme bidra til å ivareta noe av den tibetanske kulturarven. Det må nevnes at de fleste ansatte i lokalmyndighetene i Deqin County er tibetanere. Dette kan forklare myndighetenes ønske om å ivareta deres egne tradisjoner i området.

Selv om husene ser tradisjonelle ut for tilreisende, er det visse forskjeller mellom gammel og ny byggeskikk. Tradisjonell tibetansk byggeskikk krever store mengder tømmer, men etter lovforbudet mot trehogst er tømmer blitt mangelvare. Denne mangelen har ført til en fornyet ”tradisjonell” byggestil. Husene ser veldig lik ut som tidligere, men materialene som brukes er ikke de samme. I de nyere husene er det mer bruk av sement og stein enn treverk. Dette gjelder både utvendig fasade og innvendig. Istedenfor dekorasjoner av malt treverk, males dekorasjonene rett på muren, eller muren støpes i et mønster som opprettholder gammel stil. Forandringene kan forklares med at befolkningen benytter seg av tilgjengelige materialer til enhver tid. Når de ønsker å opprettholde den tradisjonelle stilen, selv om dette er mer kostbart, er dette et eksempel på hvordan turisme bidrar til å skape nye tradisjoner som opprettholder en lokal, historisk forankring. Dette er et eksempel på det Tan (2001: 4) beskriver som ”(...) a reconstruction of local culture”.



Figur 18: Et nytt "gammelt" hus. Feilai Si, 2009.

6.4.4 Dans og sang

Hvordan påvirker turisme lokalbefolkningens utøvelse av gamle tradisjoner som dans og sang? Det er lange dager og et fysisk krevende arbeid å klatre fjellsidene sammen med hester og turister. Informanter i Mingyong forteller at på grunn av dette blir det lite tid til å praktisere tradisjonell sang og dans. Men etter turistsesongen er over samles lokalbefolkningen i Mingyong oftere for å feste på tradisjonelt vis. Også de unge synger og danser med når landsbyen samles. På denne måten blir tradisjoner vedlikeholdt og videreført. Foruten at dette er vanligere aktiviteter utenfor turistsesongen, samles også landsbyen for tradisjonelle tibetanske aktiviteter i forbindelse med spesielle anledninger som den tibetanske vår-festen, bryllup og når et nybygget hus står ferdig. Innbyggerne i Mingyong samles også i forbindelse med den kinesiske vår-festen, selv om de også her kler seg, synger og danser på tradisjonelt tibetansk vis. Dette, sammen med innslag av ikke-tibetanske aktiviteter som "moderne dans" og karaoke, tyder på at innslag fra den dominerende han-kulturen også er å finne i lokalbefolkningens tibetanske høytider i dag. Dette kan nok tilskrives acculturation-prosesser over tid.

I Yubeng derimot, samles lokalbefolkningen for tibetansk sang og dans hver eneste helg i et av landsbyens største hus. Dette er forbeholdt lokalbefolkningen, og er ikke å anse som en forestilling for turister. Informanter fra Yubeng hevder at de opplever liten grad av forandring i lokale skikker på grunn av turisme. Hvorfor er tradisjonelle aktiviteter som tibetansk sang og dans bedre ivaretatt i Yubeng enn i for eksempel Mingyong eller Feilai Si? Yubeng er mer isolert enn de øvrige fokusområdene mine, og har følgelig mindre kontakt med omverdenen. I Yubeng har befolkningen heller ikke TV på grunn av manglende strøm. Samtidig har Yubeng opplevd tilnærmet like stor deltakelse i turisme som de øvrige landsbyene. Dette kan indikere at de kulturelle forandringene i større grad blir påvirket av integrering i den dominerende kultur enn effekter av turisme. I følge Tan (2001) er kulturer under konstant forandring, uavhengig av involvering i turisme eller ikke. Med økt turisme og økonomisk vekst, kan det forventes at behovet og ønsket om innlagt strøm vil vokse frem også i Yubeng. Det vil da være interessant å se om det bidrar til tilsvarende sosiokulturelle forandringer i Yubeng som i Mingyong.

6.5 ”Autentiske” tibetanske hjem

Som en respons på turistenes ønske om ”autentiske opplevelser”, har det vokst frem såkalte *Tibetan Homestays* (zangming jiafang) i Deqin County. Dette er tradisjonelle tibetanske hjem som åpner dørene for betalende turister. I noen tilfeller er dette gamle hus som blir tilført nye sengeplasser, men de kan også vokse frem gjennom nykonstruksjoner. I Mingyong er det i dag en slik Tibetan Homestay. Familien som bor her bygget et stort hus med ekstra soverom. Dette er enda et eksempel på at turisme påvirker lokale byggeskikker, og dermed lokale tradisjoner. Men det viser også hvordan lokalbefolkningen er i stand til å respondere på turistenes etterspørsel. Gjennom Tibetan Homestays skapes det en arena hvor turister får et innblikk i den tibetanske minoritetsbefolkningens daglige liv, og kan beskrives som en form for kommodifisering av lokalbefolkningens hverdagsliv. Turister bor og spiser med den tibetanske familien, og det er ikke uvanlig med innslag av tradisjonell tibetansk sang og dans på kveldstid. Det hele kan omtales som en situasjon hvor lokalbefolkningen aktivt inviterer utenforstående inn i deres private sfære, det som med Goffmans (1959) terminologi kan kalles *backstage*. Deler av turistenes opplevelse vil unektelig kunne beskrives som troverdige innblikk i lokalbefolkningens hverdagsliv. Men i realiteten er slike arrangerte sang- og danseforestillinger for lokalbefolkningens *frontstage* å regne. Scenen er imidlertid flyttet inn i hjemmet, for å imøtekomme turistenes ønske om ”autentisitet”. Det er dette MacCannell

(1976: 95) kaller en iscenesatt virkelighet: *"What is taken to be real might, in fact, be a show that is based on the structure of reality"*. Tibetan Homestay illustrerer ikke bare kommodifisering av lokalbefolkningens hverdagsliv, men også kommodifisering av etniske tradisjoner som tibetansk sang og dans.

Som Kolås (2008) imidlertid påpeker er ikke kommodifisering av kultur nødvendigvis noe negativt, da det kan bidra til å skape nye økonomiske muligheter. Tilfellene med Tibetan Homestays kan også forklares som en situasjon hvor minoriteter inntar en aktiv rolle i møtet med nye og moderne muligheter og utnytter de ressursene turisme byr på.

6.6 En arena for ivaretagelse av tibetansk kultur og identitet

Jeg har beskrevet hvordan både lokal natur og kultur kommodifiseres gjennom møtet med turister. Økonomisk vekst har funnet sted, og lokalbefolkningen i mine fokusområder nyter godt av dette. Vi har også sett hvordan landsbyer som ikke er direkte involvert i turisme kan profitere på turistaktiviteten i Deqin County. Kultur fremstår som et sentralt bidrag i den lokale turistnæringen. Det tibetanske uttrykket blir i dag sterkere representert i regionen enn det gjorde for bare noen år siden, som åpningen av nasjonalparken har vært med på å tydeliggjøre. Før åpningen av utkikksplattformen ved Feilai Si 2. oktober 2009, bestod stedet av en åpen slette med utsikt mot Meili Snow Mountain. Der stod det noen gamle, hvite *Stupaer* med bønneflagg i tradisjonelle farger. En Stupa er en hvit kuppelformet buddhistisk kultbygning. I dag er det ikke uvanlig at slike Stupaer er hellige pilgrimsdestinasjoner. Etter åpningen av nasjonalparkens fasiliteter har det tibetanske bidraget blitt ytterligere tydeliggjort og skjøvet i høysetet for turistenes oppmerksomhet. Flere og større Stupaer, en steinvegg med innriss av tibetanernes historie og butikker som selger lokal kunst, er blant det turistene nå betaler for å se. Pilegrimer må ikke betale for å entre utkikksplattformen, men deres tilstedeværelse og religiøse aktiviteter representerer også en attraksjon for tilreisende turister. Konstruksjonen av utkikksplattformen innebærer også at utsikten er kommodifisert, da turister må betale for å nå utsiktsstasjonene mot de hellige fjellene. Det er blitt produsert en arena for opplevelse av tibetansk kultur og identitet som gir lokalbefolkningen og lokale myndigheter økonomisk fortjeneste.

Men kommodifisering av sted og kultur omhandler mer enn økonomiske aspekter. Turisme er ikke bare en industri hvor turister opplever det "tibetanske uttrykk", og hvor tibetanerne tjener penger på dette. Kolås (2008: 120) påpeker at turisme i tillegg er *"a stage where locals can*

act out their own visions of Tibetan identity, vis-à-vis Han Chinese as well as other minorities". Gjennom kommodifiseringsprosesser blir steder ilagt nye dimensjoner, som også kan føre til økt bevissthet på lokal identitet og tilhørighet. Møtet med turisme skaper en arena for utfoldelse av etnisitet, som kan styrke felles identitetsmarkører i lokalsamfunnet. Turisme bidrar også til et styrket fokus på opprettholdelse av lokale tradisjoner. En informant fra Feilai Si, som arbeider på utkikkspattformen forteller:

Utkikkspattformen her ved Feilai Si vil motta mange turister i fremtiden. Turistene kommer hit for å oppleve fjellene og vår tibetanske kultur. Nå går jeg med tradisjonelle tibetanske klær hver eneste dag, og jeg kjenner meg stolt av å være en del av det tibetanske folk. Jeg vil også lære meg tradisjonell dans. Både utenlandske og kinesiske turister er interessert i hva Deqin har å by på.

Informanten viser til en opplevelse av stolthet ved å være en representant for den tibetanske lokalbefolkningen i møtet med turister. Kontakten med turister representerer også en synliggjøring av det tibetanske uttrykket ovenfor han-majoriteten, og kan bidra til positiv kontakt mellom majoritets- og minoritetsbefolkning i området. Ifølge Kolås er både tibetanere og lokale myndigheter:

[...] actively taking advantage of these new opportunities to 'revive Tibetan culture' and reinvent Tibetan identity in much more positive terms than has been possible in previous decades (Kolås 2008:123).

Rekonstruksjon av lokal kultur innebærer imitasjoner av tidligere aktiviteter eller gjenstander, som tilgjengeliggjøres for turister i den hensikt å imøtekomme turistenes forventninger. Utviklingen av *Deqin Old Town* fremstår her som et eksempel på hvordan konstruksjonen av en tradisjonell tibetansk bydel iverksettes basert på turistens ønske om historie og tradisjon. Sang- og danseforestillinger i Tibetan Homestays er et annet eksempel. Disse eksemplene trekkes av flere informanter frem som en positiv utvikling som bidrar til å ivareta lokal kultur og tradisjoner. En utvikling som inkluderer kultur og historie har skapt håp i lokalbefolkningen, om en fremtid hvor tibetansk etnisitet og identitet vil ivaretas.

Turistaktiviteten jeg har beskrevet kan gi assosiasjoner til MacCannells (1973, 1976) "staged authenticity", hvor turistenes opplevelser ofte er basert på imitasjoner eller bruddstykker av lokalbefolkningens hverdag "backstage". Turisme i Deqin County må imidlertid også forstås som en aktivitet hvor folk og steder gjør seg attraktive for turistnæringen, samtidig som det bidrar til å revitalisere og styrke lokal tibetansk identitet og kultur.



Figur 19: Dans og sang foran hellige fjell og Stupaer. Scener fra åpningsseremonien av Meili Snow Mountain National Park, oktober 2009.

7. KONKLUSJON

Jeg har i denne oppgaven konsentrert meg om turisme i Deqin County. Jeg har tatt dette for meg gjennom to problemstillinger. Den første problemstillingen belyser *myndighetenes* rolle i utviklingen av turisme, gjennom hvorfor og hvordan det satses på turisme. Med min andre problemstilling fokuserer jeg på *lokalbefolkningens* tilnærming til turistnæringen, og hvilke effekter turisme har for lokalbefolkningen.

- *Problemstilling 1: Hvorfor satses det på turisme i Deqin County, og hvordan promoterer denne turismen?*

Denne problemstillingen innebærer et fokus på *hvorfor* lokalmyndighetene har turisme som strategi for økonomisk vekst og lokal utvikling. Dette har jeg belyst ved å adressere hvilken motivasjon som ligger bak turismesatsingen og hva myndighetene forventer at satsingen vil føre til. Å forstå hvilke visjoner lokalmyndighetene har for turistnæringen i området er nødvendig for å kunne forklare hvorfor denne næringsutviklingen er et prioritert politisk mål i Deqin County. I forlengelsen av dette har jeg redegjort for *hvordan* myndighetene ser for seg lokal utvikling gjennom vekst i turistnæringen. På den ene siden mener myndighetene at turisme vil føre til bedre offentlig økonomi, på den andre siden gir turisme muligheter for økonomisk vekst i lokalbefolkningen gjennom privat entreprenørskap og direkte involvering i turistnæringen.

Myndighetene får fortjeneste gjennom offentlig eierskap i deler av turistnæringen, som hoteller, transporttilbud og nasjonalparken. I tillegg forventes det økte inntekter gjennom skatter og avgifter fra en voksende privatøkonomi. Økonomisk vekst muliggjør også investeringer i andre næringssektorer som mineralindustri og vinproduksjon, som også kan bidra til et tryggere samfunnsøkonomisk fundament i Deqin County. Informanter fra lokalmyndighetene i Deqin County understreker at en sterkere offentlig økonomi forbedrer innbyggernes offentlige tilbud som utdannings- og helsetilbud, og bedret infrastruktur sikrer dessuten et tryggere transporttilbud. Lokalmyndighetene understreker at økt levestandard i hele befolkningen er en god måte å unngå potensielle konflikter og opprettholde en stabil politisk, økonomisk og sosial tilværelse i Deqin County. Jeg har blant annet benyttet meg av Williams (2009) fokus på kinesiske myndigheters påvirkningskraft i utvikling av turistnæringen. Satsingen på en offentlig styrt utvikling av turistnæringen med tilrettelegging for privat entreprenørskap, kan sees på som en kombinasjon av kinesisk styrt planøkonomi og framvekst av ny markedsøkonomi.

Lokalmyndighetenes satsing på turisme i Deqin County må sees i lys av den generelle økonomiske veksten i Kina, og deres ”open door policy” de siste tiårene (Williams 2009). Uten bedre økonomi og nye konsumpreferanser i Kina, ville turistnæringen i Deqin County ikke opplevd den samme grad av vekst i turistnæringen. Lokalmyndighetenes satsing på turisme kan videre knyttes til behovet for en ny hovednæring etter trehogstindustriens frafall i 1998.

Lokalmyndighetenes hovedmotivasjon for å satse på turisme er forventningene om den *økonomiske veksten* turistindustrien vil medbringe. Ved siden av dette ønsker de lokal utvikling og økt levestandard for sine innbyggere. Turisme sees på som en gunstig strategi som gir muligheter for *privatøkonomisk* vekst gjennom direkte deltakelse i turistnæringen, samt et bedre offentlig tilbud gjennom en tryggere *offentlig økonomi*. Myndighetenes statistiske data bekrefter økonomisk vekst både i offentlig og privat sektor, og fremhever turisme som en av årsakene til økt levestandard i Deqin County. Turisme er en viktig byggekloss i det økonomiske fundamentet i Yunnan provinsen, og et sentralt bidrag til lokal utvikling. Det er derfor forståelig at turisme også er et viktig middel i den lokalpolitiske konteksten. Lokalmyndighetene mener turisme kan bidra til å skape og opprettholde *progresjon og harmoni* i Deqin County, og *derfor* satses det på turisme i Deqin County.

En viktig brikke i *hvordan* turistnæringen utvikles, er promoteringsstrategier. Deqin County promoterer som et sted med vakker natur og en eksotisk minoritetsbefolkning.

Lokalmyndighetene promoteringsstrategi er todelt. På den ene siden promoterer turisme *innad* for lokalbefolkningen. Dette er for å synliggjøre turistnæringens potensialiteter for egen befolkning. Lokalmyndighetene ønsker også at Deqin County fremstår som et attraktivt reisemål *utad*, og vektlegger *natur* og *kultur* side om side som en viktig lokal ressurs. Deltakelse på reiselivsmesser og reklamekampanjer i media er en metode å spre dette budskapet på. Tilsvarende promoteringsstrategier benytter også reiseselskaper seg av.

For å promotere sted og folk, tar turistnæringen i bruk *representasjoner*. Jeg har vist viktigheten av representasjoner som ledd i promotering av Deqin County og tibetansk kultur, og mine funn samsvarer med teori fra McKhann (1995), Tan (2001) og Kolås (2008). Særlig fokus på det *hellige* og *mystiske* fjellandskapet og den *eksotiske* minoritetsbefolkningen som bor der, er viktige representasjoner som appellerer til turister.

Transformasjonen av en bydel i Deqin City til *Deqin Old Town* er også et symbol på turistenes jakt på ”autentisitet”. Etter suksesshistorier med Old Towns i andre turistområder

som Shangrila og Lijiang, har lokalmyndighetene iverksatt utviklingen av en gamleby i Deqin County. Urrys (1990) forståelse av turisme og "the tourist gaze" hjelper oss å forstå de prosessene som finner sted når lokalmyndighetene i Deqin County velger en slik strategi. Informanter fra lokalmyndighetene bekrefter at det er turistenes preferanser som er motivasjonen bak denne satsingen. *Deqin Old Town* vil promottes som et historisk "autentisk" lokalsamfunn. Teoretikere som Harvey (1989) og Jessop (1996) er kritiske til en stedsutvikling som baserer seg på å kopiere andres suksessoppskrifter. Kopieringsstrategier oppleves som problemfritt av informanter i lokalmyndighetene, og det legges ikke skjul på at Old Town i Shangrila og Lijiang har fungert som inspirasjon for utviklingen av den lokale gamlebyen. *Deqin Old Town* er samtidig et eksempel på hvordan lokale aktører aktivt imøtekommer turistenes etterspørsel, og utvikler et tilbud forankret i lokal kultur og tibetanske tradisjoner. Representasjoner og "autentisk tibetanskhet" er det viktigste bidraget til hvordan turisme promottes i Deqin County.

- *Problemstilling 2: Hvilke økonomiske og sosiokulturelle effekter har turisme for lokalbefolkningen i Deqin County?*

Min andre problemstilling åpner opp for en analyse av lokalbefolkningens tilnærming til turisme. Jeg har tatt for meg de økonomiske forandringene turisme har ført til i mine fokusområder, og konsekvenser dette har for lokalbefolkningen. Måten lokalbefolkningen har respondert på turisme, og hvordan godene fordeles i landsbyene, har stått sentralt.

Jeg har vist at turisme skaper forretningsmuligheter som har ført til framvekst i privat entreprenørskap i Deqin County. Jeg har benyttet meg av Heberers (2007) teoretiske perspektiver på entreprenørskap og hans "push-pull" tilnærming. Gjennom den offentlige satsingen på å tilrettelegge for turistaktivitet, har det blitt nye muligheter til vekst i privatøkonomien. Men som jeg har vist fører slike muligheter også til økte økonomiske forskjeller i befolkningen. Noen landsbyer har kapasitet til å benytte seg av turismens muligheter, mens andre faller ifra. I et intervju ³⁸ med en som kjenner turisme i området svært godt, hevdes det at turisme har vært et positivt bidrag til økonomisk vekst generelt i Yunnan, men at det kommer noen mer til gode enn andre:

³⁸ Informanten er en kinesisk akademiker som ønsket å forbli anonym.

Noen tibetanere klarer å involvere seg i turistnæringen og utnytter den økonomiske kapasiteten som ligger i turisme, men mange klarer ikke dette. Forskjellige utgangspunkt i lokalbefolkningen gjør at turisme i så måte bidrar til økte forskjeller mellom ”fattig” og ”rik”.

Slik hevder informanten at turisme kan bidra til en skjev fordeling av økonomisk vekst i Deqin County, i et område som i utgangspunktet er å regne for fattig. Vi har sett at noen landsbyer har hatt stor økonomisk vekst som følge av turisme, mens andre landsbyer forblir i fattigdom. Mine funn stemmer med det andre forskere har vist fra lignende områder, Kolås (2008: 24) understreker at de økonomiske forskjellene i Shangrilas lokalsamfunn har økt etter involvering i turisme: *”the income gap is widening, among villagers and between villagers and townspeople”*. Noen steder har lyktes i å tiltrekke seg turister, dette kan være basert på deres geografiske lokalisering i nærheten av attraksjoner med naturlig eller kulturell verdi. Jeg har pekt på at utbygging av infrastruktur og tilgjengeliggjøring gjennom nye veier er en viktig faktor for *hvor* turisme kan finne sted i Deqin County.

Turisme kan føre til økte forskjeller i lokalbefolkningen, men jeg har også vist at turisme kan bidra til å *minske* økonomiske forskjeller i lokalsamfunnet. Hvordan lokalbefolkningen organiserer deltakelsen i turistnæringen er utslagsgivende, noe den gode organiseringen av hestetransporten i *Mingyong*, *Xidang* og *Yubeng* illustrerer. Det er riktignok i en relativt liten sosial og geografisk skala, men dersom vi forstår hva som ligger til grunn for, og hvilke faktorer som muliggjør en slik organiseringsmåte, kan vi forhåpentligvis forstå hvordan turismens økonomiske goder bedre kan fordeles også andre steder, og i en større skala.

Lokalbefolkningens organisering av turisme er avgjørende for et positivt resultat, og den jevne fordelingen av turismens goder i lokalsamfunnene jeg har studert, kan forklare en tilsynelatende mangel på konflikter knyttet til turismens framvekst. Ved flere anledninger har lokalbefolkningen fortalt: *”Vi er svært fornøyde med turisme”* og *”Våre liv har forbedret seg, vår levestandard er bedre”* (Informanter, Mingyong og Yubeng).

Jeg har også vist hvordan det økonomiske overskuddet noen landsbyer får gjennom turisme spres til andre landsbyer som ikke er direkte involvert i turistnæringen. Jeg har benyttet meg av Hirschman (1958) for å forklare hvordan turisme fører til økonomiske spredningseffekter i regionen, gjennom framvekst av underleverandører av varer og tjenester til landsbyer som er direkte involvert i turisme. Også nyere litteratur (som Heberer 2007 og Wall 2009) stiller seg positive til turismens økonomiske effekter. Jeg har trukket frem kommodifisering og privat entreprenørskap som muligheter turisme medfører for lokalbefolkningen i mitt studieområde.

Jeg har videre drøftet hvordan nye økonomiske premisser har påvirket sosiale praksiser som blant annet arbeidsmønster og kjønnsrollemønster, og turismens påvirkning på lokal tibetansk identitet. På grunn av landsbyenes involvering i turistnæringen trengs innbyggernes arbeidskraft lokalt, og med økonomisk vekst er behovet for migrantarbeid borte. På dette området er MacCannell (1992) positiv til turismens muligheter. Forandringer i arbeidsmønster oppleves som positivt av lokalbefolkningen det gjelder. Den nye organiseringen av arbeidsmønsteret turisme medfører har også bidratt til utjevning av kjønnsrolleforskjeller. Med hesteaktiviteten er kvinner like viktige i husholdets økonomiske inntjening som menn, i et samfunn hvor økonomisk kapital blir stadig viktigere. Dette er i tråd med Tan (2001) som påpeker at turisme inkluderer kvinners deltakelse, og skaper økte muligheter for kvinner.

Jeg har tatt for meg hvordan turisme påvirker lokalbefolkningens tibetanske identitet, gjennom forandringer knyttet til klær og språk, religionsutøvelse, tibetansk byggeskikk og utøvelse av tibetansk sang og dans. Basert på Williams (2009) teorier, hevder jeg at det foregår ”demonstrasjonseffekter” knyttet til utvikling av *språkferdigheter* i lokalbefolkningen. Informanter fra lokalbefolkningen hevder den viktigste grunnen for bedre språkkyndighet er muligheten til å praktisere mandarin og engelsk i hverdagen gjennom turisme. Dersom turisme blir en stadig viktigere næringssektor i Deqin County, vil behovet for å beherske andre språk enn tibetansk også bli viktigere. Bedre språkkyndighet blant oppvoksende tibetanere er også et viktig bidrag i å åpne muligheter for høyere utdanning og sosial mobilitet, da det er viktig å beherske det kinesiske majoritetsspråket mandarin. En mulig *negativ* konsekvens kan være manglende opprettholdelse av det tibetanske språket.

Turisme har også påvirket lokale *klesvaner*. Særlig hesteførere bruker klær som er utbredt blant turister. Denne forandringen til å bruke sportsklær kan også forklares som en demonstrasjonseffekt. Det er imidlertid viktig å bemerke at det også er andre prosesser som bidrar til slike sosiokulturelle forandringer, som jeg har omtalt som *acculturation-prosesser* (Williams 2009). Offentlig kontrollert media og utdanning er også drivere av lokal kulturell forandring.

Religiøs utøvelse er viktig for lokalbefolkningen i Deqin County. Turistaktiviteten krever mye tid og krefter, og flere informanter hevder at de ikke har tilstrekkelig tid til religiøse formål. Det trekkes frem at det likevel er bedre nå enn under tiden med migrantarbeid. Min empiri har også vist at viktige religiøse aktiviteter settes over turistaktiviteten, og at turisme har skapt nye muligheter for pilegrimsaktivitet. Denne utviklingen kan forklares gjennom forbedrede

økonomiske rammer, men er også et symbol på hvordan befolkningen velger å investere deres økonomiske overskudd. Når størstedelen av lokalbefolkningen ønsker å omgjøre økonomisk kapital til religiøs kapital, forteller det at religion og kultur fremdeles er viktig for lokalbefolkningen i Deqin County.

Med utgangspunkt i Feilai Si Village, har jeg belyst forandringer i *lokal byggeskikk*, som tar sikte på å ”bygge nytt i gammel stil”. Basert på Urrys (1990) ”tourist gaze”, kan slike forandringer tilskrives at lokalbefolkningen imøtekommer turistenes forventninger. Slik bidrar turisme til at lokalbefolkningen forandrer sine lokale omgivelser etter turistenes behov. Med andre teoretiske perspektiver, som vi finner hos Oakes (1998) og Wall (2009), kan utviklingen i byggetradisjoner forstås som en aktiv lokalbefolkning som ser nye muligheter i møtet med turisme, fremfor en passiv lokalbefolkning som dikteres av turistnæringen. Av informanter legges det ikke skjul på at nybygging som ivaretar det tradisjonelle tibetanske uttrykket er et ledd i å imøtekomme turistnæringen. Særlig er dette viktig i kommende Deqin Old Town. Samtidig trekker informanter fra lokalbefolkningen frem gamlebyen som en viktig mulighet til å ivareta lokale byggeskikker som er i ferd med å forsvinne. Basert på Tans (2001) teorier, er dette også et eksempel på rekonstruksjon av lokal kultur.

Tradisjonell sang og dans hevdes også av mine informanter å bli ivaretatt etter turismens framvekst. Turistsesongen er som nevnt krevende, og det blir da lite tid til å samles for å ivareta gamle tradisjoner som sang og dans. Til gjengjeld er det rikelig med tid til utøvelse av slike tradisjoner etter touristsesongens slutt. Her kan det spørres hva som vil skje dersom turisme utvides til en helårsaktivitet? Det er ingenting som tyder på en slik utvikling per i dag, men det kan være en problemstilling å ta med seg i fremtiden. Informanter hevder at turistenes ønske om å oppleve ”autentiske tradisjoner” har ført til at flere unge i dag lærer seg tibetansk sang og dans. Dette er i første omgang som et innslag i turistnæringen, men det er også kunnskaper som lokalbefolkningen bærer med seg resten av året. Til tross for ekstern påvirkning som fører til visse fornyinger i måten lokalbefolkningen samles og fester på, blir det av flere informanter hevdet at turisme har satt nytt fokus på å ivareta tradisjonell tibetansk kultur.

Avslutningsvis har jeg drøftet de teoretiske perspektivene *autentisitet* og *kommodifisering*, og sett dem i sammenheng med involvering i turistnæringen. Det ”autentiske” fremstår som det viktigste kulturelle bidraget i den turismen som finner sted i Deqin County i dag, og det er et sentralt punkt i strategiplaner for fremtiden. Å forstå hva turistene ønsker å oppleve er

avgjørende for å skape en levedyktig turistnæring. Kommodifiseringsbegrepet er også nyttig for å forstå effekter av turisme. Tilgjengeliggjøring av lokale steder, folk, skikker og tradisjoner, i den hensikt å oppnå økonomisk fortjeneste på turisme, er kommodifiseringsprosesser jeg har kunnet avdekke i Deqin County. Som en respons på turistenes ønske om ”autentiske opplevelser”, har det vokst frem såkalte *Tibetan Homestays* i Deqin County. Gjennom *Tibetan Homestays* skapes det en arena hvor turister får innsyn i den tibetanske minoritetsbefolkningens daglige liv. Jeg hevder dette kan beskrives som en form for kommodifisering av lokalbefolkningens hverdagsliv. *Tibetan Homestay* er en aktivitet hvor lokalbefolkningen aktivt inviterer turister inn i deres private sfære, eller det Goffman (1959) kaller *backstage*. I realiteten er arrangerte sang- og danseforestillinger ved slike *Tibetan Homestays* for lokalbefolkningens *frontstage* å regne. Det er dette MacCannell (1976) kaller ”staged authenticity”. Informanter i lokalbefolkningen sier at slike turist-forestillinger er basert på originale danser og sanger, selv om det modifiseres og tilpasses en turismesetting. Informanter jeg snakket med stiller seg positive til slike aktiviteter, både basert på den økonomiske gevinsten de medfører og på oppblomstringen av lokale tradisjoner. Goffmans ”backstage”, MacCannells ”staged authenticity” eller det turistene rett og slett kaller ”ekte”, er en ettertraktet vare blant turister, og både lokalbefolkningen og lokalmyndighetene i Deqin County ønsker å imøtekomme turistenes etterspørsel av ”autentiske opplevelser”.

Slike *Tibetan Homestays* illustrerer ikke bare kommodifisering av lokalbefolkningens ”autentiske” hverdagsliv, men også kommodifisering av etniske tradisjoner som tibetansk sang og dans. Flere (Greenwood 1989, Nash 1996) er kritiske til en slik utvikling. Jeg støtter meg til teoretikere som Kolås (2008) og Wall (2009) når jeg hevder at slike kommodifiseringsprosesser likevel kan være positive for lokalbefolkningen. Det gir muligheter for økonomisk vekst og økt levestandard i marginaliserte områder som Mingyong, Xidang og Yubeng, som ikke har et særlig annet økonomisk ressursgrunnlag enn lokal natur og egen etnisitet å spille på.

Kommodifisering av sted og kultur omhandler imidlertid mer enn økonomiske aspekter. Gjennom kommodifiseringsprosesser blir steder ilagt nye dimensjoner, som også fører til økt bevissthet på lokal identitet og tilhørighet. Turisme i Deqin County skaper en arena for utfoldelse av etnisitet som styrker felles identitetsmarkører i lokalsamfunnet. I mitt studieområde er turisme en viktig agent for forandring. Turisme bidrar til nyskaping, men med fokus på lokal kultur og historie, bidrar turisme i dag også til å gjenoppta og vedlikeholde tradisjoner. Kultur er imidlertid i konstant forandring, og ”autentisk kultur” er

derfor noe som aldri kan vedvare. Det skapes kontinuerlig nye ”autentiske” virkeligheter. Når sceneteppet har gått ned for turistsesongen er det igjen tid til å utøve kulturelle tradisjoner. I lys av dette vil jeg hevde at turisme skaper en arena for *revitalisering* og videre utvikling av tibetansk kultur, både foran og bak turismens scene.

Så hvilke økonomiske og sosiokulturelle effekter har turisme for lokalbefolkningen i Deqin County? Basert på intervjuer med lokalbefolkningen i mine fokusområder, vil jeg først og fremst vektlegge økonomisk vekst og økt levestandard som en viktig effekt av turisme for de stedene som er involvert i turisme. Vi har sett at turisme skaper muligheter for privat entreprenørskap, og lokale organiseringsformer som kan føre til et økonomisk overskudd som *utjevner* sosioøkonomiske forskjeller i lokalsamfunnet. Samtidig viser den store økonomiske veksten i mine fokusområder at det har blitt økte forskjeller mellom landsbyer involvert i turisme, og landsbyer som ikke er involvert i turisme. Offisielle data fra lokalmyndighetene i Deqin County underbygger dette. Mine funn tyder likevel på en lokal spredning av det økonomiske overskuddet, ved at steder med direkte involvering i turistnæringen utvikler nye behov for varer og tjenester som andre landsbyer kan tilby.

Turisme har ført til økt økonomisk velstand i mine fokusområder. Dersom økt økonomisk velstand skaper forandringer i sosiokulturelle praksiser, bidrar turisme indirekte til lokale sosiokulturelle forandringer. Informanter i lokalbefolkningen fremhever særlig nye arbeidsmønstre, som innebærer fravær av migrantarbeid, å være svært positive effekter av turisme. Det kan også hevdes, i tråd med Harrell (2001), at turisme har vært en viktig faktor for den revitaliseringen av etnisk kultur som har funnet sted i Kina de siste tiårene. Levesett forandres, i Deqin County som andre steder, både dersom man er involvert i turisme eller dersom man ikke er det. Mine funn påpeker flere sosiokulturelle forandringer for lokalbefolkningen, og revitalisering og fornyet fokus på tibetanske tradisjoner er som vist sentrale effekter av turisme. Økt bevissthet på egen ”tibetanskhet” blant lokalbefolkningen, kan i fremtiden jobbe mot assimilering fra en dominerende han-kultur, og dermed over tid være med på å opprettholde, fremfor å bryte ned, lokal kultur og identitet.

7.1 Overførbarhet

Ved å studere turisme i forskjellige landsbyer, har jeg ønsket å styrke mine forståelser av det fenomenet jeg har undersøkt. Jeg har tatt for meg seks fokusområder i Deqin County. Jeg har vist at geografisk lokalisering er en viktig faktor for involvering i turistnæringen, og at

forskjellige kontekster påvirker effektene av turisme. Hvor hesteaktivitet er fordelaktig, har den økonomiske veksten vært stor, og fordelingen av overskuddet jevnt fordelt i lokalbefolkningen. Noen av stedene i mitt studieområde er særlig attraktive reisemål på grunn av lokalisering ved høye fjell og flott naturlandskap, mens andre igjen trekker turister på grunn av hellige templer. Kombinasjonen av *natur* og *kultur* er sentralt ved turisme i hele Deqin County.

Jeg mener at å studere turisme i flere fokusområder innenfor mitt definerte studieområde vil bidra til å synliggjøre en eventuell overførbarhetsverdi i min studie. Lokalmyndighetenes strategier for deltakelse i turistnæringen er ikke unike, tilsvarende strategier for utvikling finner sted også i andre områder. Selv om tibetansk kultur er et sentralt bidrag til turistnæringen i Deqin County, er måten lokalbefolkningen har engasjert seg i turisme på ikke definert ut fra deres etniske identitet, men etter et ønske om økonomisk vekst og utvikling. Ingen av mine funn tilsier at deres ønske om utvikling skiller seg i nevneverdig grad fra andre lignende områder i Kina. Dette har jeg fått understreket i intervju med akademikere ved et universitet i Kunming. Jeg utvikler ikke ny teori på bakgrunn av denne studien, men jeg ønsker å vise nytten av en nyansert tilnærming til teoretiske begreper som autentisitet og kommodifisering ved studier som omhandler turisme og etnisitet. Jeg tror at mine funn, observasjoner og tolkninger av hvilke effekter turisme har i Deqin County, også kan overføres til andre kontekster og andre etniske folkegrupper i Kina.

7.2 Avsluttende refleksjoner

Mitt møte med lokalbefolkningens tilnærming til turisme har gitt meg et positivt syn på turisme i Deqin County og dens muligheter for lokalbefolkningen. Det er imidlertid ikke mitt ønske å avklare om turisme er positivt eller negativt. Det er lokalbefolkningens stemme som må høres. Min forståelse er at de forandringer turisme har medført for lokalbefolkningen, oppleves som positive. En informant fra Yubeng fortalte dette i klartekst: ”*Vi har et mye bedre liv nå enn før*”. De få med en negativ tilnærming til turistnæringen, er turister som for en kort periode ønsker å oppleve noe *annerledes*. Turister på søken etter ”autentisitet”, men som blir skuffet når utvikling har funnet sted. Når lokalbefolkningen drikker cola og snakker i mobiltelefon, har ny bil og moderne klær. Dette er en del av utvikling, en utvikling lokalbefolkningen både er stolt av og fornøyd med.

Turisme oppleves i dag som en gunstig strategi for økonomisk vekst og lokal utvikling i Deqin County, både blant lokale myndigheter og i lokalbefolkningen. Men en kan spørre seg om turisme er bærekraftig på lengre sikt. Det kan være risikabelt å satse alt på én strategi som er avhengig av ytre faktorer som turister for å opprettholde den økonomiske aktiviteten som i dag finner sted. Ikke minst når en av de største attraksjonene er basert på naturmessige forhold som snødekte fjelltopper og isbreer, som kanskje kan trues av klimatiske forandringer i årene som kommer. Dette er problemstillinger som i dag ikke er fremtredende i lokalbefolkningen. Turisme oppleves her som et bærekraftig næringsvalg. De lokale myndigheter er problemstillingen bevisst, og visedirektøren for turistkontoret i Deqin County understreker at det er viktig å "ha flere bein å stå på". De opplever turisme som en god utviklingsstrategi, men ønsker samtidig å spre risiko gjennom å parallelt satse på andre næringen som mineralutvinning og vinproduksjon. Turisme kan være en bærekraftig næring for fremtidige generasjoner, men det er samtidig viktig å utvikle parallelle næringsgrunnlag.

7.3 Videre studier

Jeg har vist hvordan landsbyer har organisert turistaktiviteten på en slik måte at det kommer alle i lokalsamfunnet til gode. Hvordan rulleringssystemet av hestetransport er satt sammen bidrar til å vedlikeholde en jevn fordeling av økonomisk profitt som følge av turisme. Systemet vedlikeholder og reproduserer seg selv, og har ført til lokale forandringer, som jeg har omtalt som positive. Effekter har blant annet vært mindre økonomiske forskjeller, nye gunstigere arbeidsmønstre og nye kjønnsrolleforhold. Jeg har tatt for meg *hvordan og effekter*. Det kunne imidlertid være veldig interessant å studere *hva som førte til* en slik organiseringsform? Hva ligger bak? Hvilke motivasjon lå til grunn da dette ble bestemt, og hvilke strukturer la rammene for at det ble gjennomført? En hypotese kan være at skala er avgjørende; på mindre steder hvor mellommenneskelige relasjoner regjerer, er det større sjanse for at fellesskapets (alles) interesser ivaretas. Dersom det er fravær av slike relasjoner, er det mindre sjanse for at alles interesser vil bli tatt til følge. Her vil de som er først ut, de som er flinkes eller sterkest, gjøre det stort, mens de øvrige holdes utenfor. Dette vil potensielt føre til større forskjeller, i motsetning til de erfaringer som er gjort fra Mingyong, Xidang og Yubeng. Dersom man forstår hvilke motivasjon som lå til grunn, og hvilke krefter og strukturer som førte til den solidariske organiseringen av hesteaktiviteten i mine fokusområder, kan man også muligens få indikasjoner på viktige komponenter i organisering av deltakelse i nye næringer som kan komme så mange som mulig til gode.

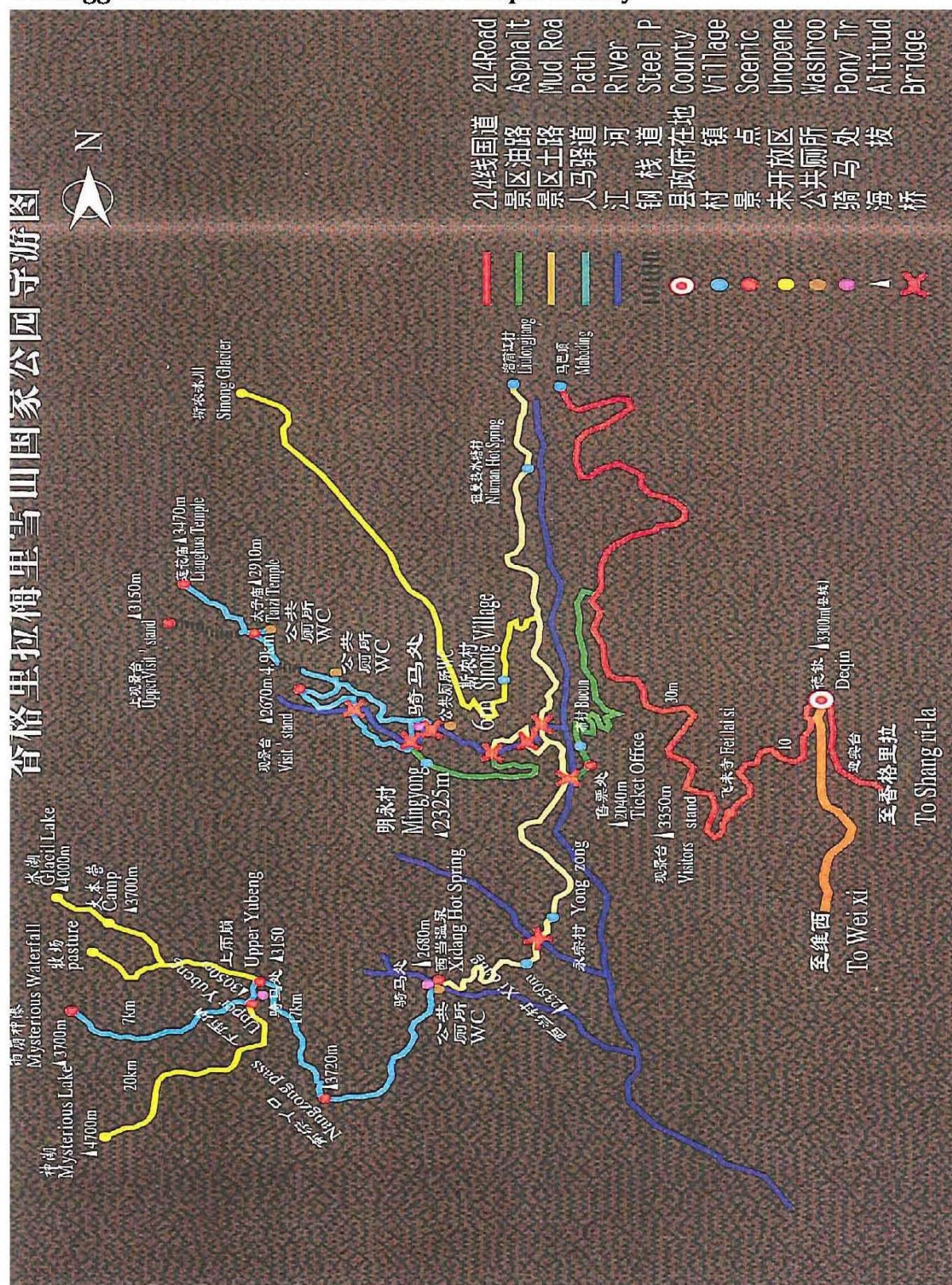
8. REFERANSELISTE

- Denzin, N.K & Y.S. Lincoln. 1994. *Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks Sage, California, USA.
- Deqin County 2008 Economy and Social Statistical Bulletin*
- Fløysand, A. & S.E. Jakobsen. 2007. *Commodification of rural places: A narrative of social fields, rural development, and football*. Journal of Rural Studies, Vol. 23. 206-221
- Gladney, D.C. 2004. *Dislocating China: Reflections on Muslims, Minorities, and Other Subaltern Subjects*. Hurst & Company, London, UK.
- Gladstone, D. L. 2005. *From Pilgrimage to Package Tour: Travel and Tourism in the Third World*. Routledge, New York, USA.
- Greenwood, D. J. 1989. *Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization*. i Smith, V. (ed.). 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism, Second Edition*. University of Pennsylvania Press, USA. 171 – 185
- Hammersley, M. & P. Atkinson. 2007. *Ethnography*. Routledge, London.
- Harrell, S. (ed.). 1995. *Cultural Encounters on China's Ethnic Frontiers*. University of Washington Press, Seattle, USA.
- Harrell, S. 2001. *Ways of Being ETHNIC in Southwest China*. University of Washington Press, Seattle, USA.
- Harvey, D. 1989. *The Condition of Postmodernity: An enquiry into the Origins of Cultural Change*. Basil Blackwell, Oxford. UK.
- Heberer, T. 2007. *Doing Business in Rural China: Liangshan's New Ethnic Entrepreneurs*. University of Washington Press, Seattle, USA.
- Henderson, C.E. & M. Weisgrau (eds). 2007. *Raj Rhapsodies: Tourism, Heritage and the Seduction of History*. Ashgate, Hampshire, UK.
- Hirschman, A. O. 1958. *The Strategy of Economic Development*. Yale University Press, USA.
- Haaland, G. Udatert. *Tourism and Commodification of Ethnicity under Communist Rule: Cases from Yunnan, China*.
- Jessop, B. 1998. Ch. 4: *The Narrative of Enterprise and the Enterprise of Narrative: Place Marketing and the Entrepreneurial City*. i Hall, T. & P. Hubbard (eds). *The Entrepreneurial City. Geographies of Politics, Regime and Representation* ss. 77-99.
- Johnston, R. J., D. Gregory, G. Pratt & M. Watts (eds). 2000. *The Dictionary of Human Geography 4th Edition*, Blackwell Publishing, Oxford, UK.
- Kolås, Å. 2008. *Tourism and Tibetan Culture in Transition: A Place called Shangrila*. Routledge, London, UK.
- Kolås, Å. & M.P. Thowsen. 2005. *On the Margins of Tibet: Cultural Survival on the Sino-Tibetan Frontier*. University of Washington Press, Seattle, USA.
- Kvale, S. 2008. *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Norsk Forlag AS, Oslo.

- Lanfant, M-F., J.B. Allcock & E.M. Bruner (eds). 1995. *International Tourism: Identity and Change*. Sage Studies in International Sociology 47, Sage Publication, London. UK.
- Lardy, N. R. 1978. *Economic Growth and Distribution in China*. Cambridge University Press, New York, USA.
- MacCannell, D. 1973. *Staged Authenticity*, i The American Journal of Sociology, Vol. 79, No. 3. (Nov., 1973). 589-603. (<http://www.placeandliterature.com/files/Staged%20Authenticity-%20Arrangements%20of%20Social%20Space%20in%20Tourist%20Settings.pdf>)
- MacCannell, D. 1976. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Schocken Books, New York, USA.
- MacCannell, D. 1992. *Empty Meeting Grounds: The tourist papers*. Routledge, London, UK.
- McKhann, C.F. 1995. *The Naxi and the Nationalities Question*, i S. Harrell (ed.). 1995. *Cultural Encounters on China's Ethnic Frontiers*. University of Washington Press, Seattle, USA. 39-62.
- Mowforth, M. og I. Munt. 2003. *Tourism and Sustainability: Development and new tourism in the third world, second edition*. Routledge, London. UK.
- Nash, D. 1989. *Tourism as a form of Imperialism*. i V. Smith (ed.). 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism, Second Edition*. University of Pennsylvania Press, USA. 37 – 52.
- Nash, D. 1996. *Anthropology of Tourism*. Tourism Social Science Series, Oxford, UK.
- O'Brien, K. J. 2006. *Discovery, Research (Re)design, and Theory Building*. i (eds). Heimer, M. & S. Thøgersen. 2006. *Doing Fieldwork in China*. Nordic Institute of Asian Studies, København. 27-41
- Oakes, T. 1998. *Tourism and Modernity in China*. Routledge, London, UK.
- Ragin, C.C. 1994. *Constructing Social Science*. Pine Forge, Thousand Oaks.
- Skålholt, A. 2006. *Tourism in the global periphery: A case study from Manang, Nepal Himalaya*. A Master's Thesis. Department of Geography, University of Bergen.
- Smith, V. (ed.). 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism, Second Edition*. University of Pennsylvania Press, USA.
- Stake, R. 2005. Ch. 17: *Qualitative Case Studies*. i (eds). Denzin, N. K. & Y.S.Lincoln. 2005. *The SAGE Handbook of Qualitative Research*. California, USA. 443-466
- Tan, C-B. 2001. *Tourism and the Anthropology of China*. i Sidney, C.H., C-B. Tan & H. Yuang. 2001. *Tourism, Anthropology and China*. White Lotus, Bangkok, Thailand. 1-26.
- Thaagard, T. 2009. *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Fagbokforlaget, Bergen.
- Todaro, M.P. & S.C. Smith. 2003. *Economic Development, Eighth Edition*. Pearson, Essex. UK.
- Urry, J. 1990. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. SAGE publications, London, UK.
- United Nations World Tourism Organization. 1995. *Collection of Tourism Expenditure Statistics, Technical Manual No. 2*

- Wall, G. 2009: *Tourism and Development: Towards Sustainable Outcomes*. i Girard, L. F. & P. Nijkamp (eds). 2009. *Cultural Tourism and Sustainable Local Development*. Ashgate, Surrey. UK. 31-46
- Williams, S. 2009. *Tourism Geography: A new Synthesis (Second Edition)*, Routledge, New York, USA.
- Woods, M. 2005. *Rural Geography*. Sage publications, London, UK.
- Waage, S. 2007. *Ethnicity for sale? A case study from Bapo village and "Jinuo Village Park", South China*. Geografisk institutt, Universitetet i Bergen.
- Yamamura, T. 2005: *Dongba Art in Lijiang, China: Indigenous Culture, Local Community and Tourism*, i (eds). Ryan, C. & M. Aicken. 2005. *Indigenous Tourism: The Commodification and Management of Culture*. Elsevier Ltd., Oxford, UK. 181 - 199
- Yin, R. K. 2003. *Case Study Research: Design and Methods*. Allied Social Research Methods Series volum 5, Sage Publications, Thousand Oaks.

Vedlegg 1. Kart med fokusområder i Deqin County



Kartutsnittet er hentet fra en turistbrosjyre

Vedlegg 2. Summary in English

This thesis is based on a fieldtrip undertaken in Deqin County during the autumn of 2009. Deqin County is located within Diqing Tibetan Autonomous Prefecture, in the north-western corner of Yunnan Province in southern China. Deqin County has a population of 59 569 permanent residents, of which about 80 % are Tibetan ³⁹. My research topic is tourism and local development. I am curious to find out why the local government in Deqin County wishes to develop the tourist industry in order to create economic growth and local development, and how they are doing this. Further, it is necessary to understand their motivation behind this commitment, and study their strategies for further development in Deqin County. I also want to find out how this priority to develop a sustainable tourist industry in the region is affecting the local people of Deqin County. With a population mainly consisting of Tibetans, Tibetan culture and identity are essential parts of the tourist industry in Deqin County. Recent growth in tourism might give some hints to how tourism influences local culture and activities. Based on the mentioned research topic, I have developed the following two research questions:

- *Why is there a commitment to develop the tourist industry in Deqin County, and how is this tourism promoted?*
- *How are the local people of Deqin County economically and socio-culturally affected by tourism?*

In order to answer these two research questions, I found it necessary to have a qualitative methodological approach, which included interviews, observation and document analysis. The main part of my data collection process was based on qualitative interviews. I have informants from the government in Diqing Tibetan Autonomous Prefecture (TAP), and the local government in Deqin County. In addition to this I have interviewed various people engaged in the tourist activities in Deqin County, such as restaurant and hotel owners, drivers and local guides. I have also interviewed tourists and pilgrims, representatives from travel agencies and academics. But the main part of my interviews were with the local people in six focus areas; Deqin City, Feilai Si Village, Mingyong Village, Xidang Village, Yubeng Village and Cizhong Village. In total I conducted 51 interviews, of which most were with the help of a Chinese translator.

There are several theoretical perspectives on tourism, and thus a number of definitions. I have used World Tourism Organization's (UNWTO) following definition of tourism: "*The activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive*

³⁹ Official Data gathered on site. This is for the year of 2009.

year for leisure, business and other purposes”⁴⁰. The theoretical approaches used in this essay are gathered from a number of academics from various academic fields. Urry (1990) and MacCannell (1972, 1976, 1992) are two important academics on tourism literature. Of literature on tourism I have especially focused on Urry’s “tourist gaze” and MacCannell’s “staged authenticity”. Two important theoretical approaches in this essay are *commodification* and *authenticity*. The latter has been largely discussed within the theoretization of tourism, and some of the authors I have used in my theoretical discussion on the subject are Greenwood (1989), Goffman (1959) and MacCannell. Commodification is the process when something becomes a commodity and thus an object that can be sold or bought. This implies that the salable object is a product that is exposed for a market of consumers, and it is motivated by the possibilities of economic profit. Woods’ (2005: 174) describes commodification as: “*When the value at which an object can be sold (its 'exchange value') exceeds it's 'use value'. In other words, the object is valued for some cultural or aesthetic reason above its actual usefulness*”. I have also used Tan (2001) and Haaland (undatet) and the use of *representations* as an important aspect in promotion strategies in tourism.

For my second research question I have focused on theoretical approaches on economic and socio-cultural change. Private entrepreneurship and commodification are two drivers of economic development in Deqin County’s tourist industry. I have here leaned on academics such as Heberer (2007), Kolås (2008) and Wall (2009). Based on Hirschman’s (1958) trickle-down theory I have also tried to show how capital is spread from villages directly involved in tourism, to villages not directly involved in tourism. Demonstration-effects and acculturation processes are two important aspects of socio-cultural change. Especially, according to Williams (2009), are demonstration-effects important in how local people change in accordance with their involvement in tourism. This approach claims that change in the local people’s attitude, values or activities are tied to their observation of tourists.

It is also argued that tourism might act as a stage where local traditions and values are again flourishing in China (Harrell 2001). Tan (2001) points out that tourism is not limited to local economic growth, but it can also give positive aftereffects both culturally and socially among ethnic minorities.

In my context chapter I clarify the development of Chinese ethnic minorities (*Minzu*) and the Chinese nationalization project under communist rule. I also touch upon the Sino-Tibetan relationship in order to understand the context in which the local government, private entrepreneurs and local people in Deqin County are working to make a sustainable tourist industry in the region. Based on Williams (2009) I have also paid attention to the important role the government plays in all aspects of social and economic life in China, and how the local government in Deqin County thus is a central factor for economic growth and development in this region.

⁴⁰ <http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-1.pdf> 04.02.10: 13:23 (United Nations World Tourism Organization, 1995: Collection of Tourism Expenditure Statistics, Technical Manual No. 2)

In my analyses I have described tourism in Deqin County, and presented key statistics and strategies based on official documents and interviews with the local government in Deqin County. Tourism seems to be a factor for economic growth in the area. Tourism has grown steadily over the last ten years, and these trends seem to be ongoing. In the local government plans and strategies, tourism is a keystone for further economic growth and local development in the years to come, based on their belief in continuous growth in tourism.

The ongoing development of *Deqin Old Town* is an important project to ensure more tourists to Deqin County. This is based on the tourist's wish to experience something different and "authentic", which this old town is meant to represent. The question is though whether this is a wise strategy, since it is based on the same strategies as other touristic areas in the same northwestern region of Yunnan Province. Yet another challenge is to make the *new* old town a trustworthy place which satisfies the tourist's expectations for 'realness'. The development of Deqin Old Town is an important promotion strategy for tourism in Deqin County.

Another important strategy to ensure further development in the tourist industry, is development of infrastructure. Better roads are important in order to improve the access to and within Deqin County. With an increase in tourism, the need for hotels, electricity and water is also present. The local government claims that the development of infrastructure as such, also benefits the local people of Deqin County. A better local economy, partly due to increased tourism, is claimed to improve the public goods such as health- and education. For the local government in Deqin County, tourism seems to be an advantageous political strategy in order to create progress without compromising local harmony in the society, since the local people seems to be positive towards tourism. Increase in tourism creates opportunities for direct involvement for the local people, and thus also a possibility for economic growth for them as well as the local government.

The economic growth in villages involved in tourism, such as Feilai Si, Mingyong, Xidang and Yubeng has been immense over the last few years. The average income in Mingyong is today approximately 60 000 CNY, compared to 5-6 000 CNY before involvement in tourism. This economic growth is experienced as very positive by the local residents. Nevertheless, the economic differences between villages *within* and *without(outside)* the tourist industry, has increased dramatically. The local government in Deqin County is aware of this, and claims that it is a normal development during the first stages of the economic development that is now experienced in Deqin County. An important task for the local government is to make sure that the whole population will profit from the growth that tourism generates. In my analyses I have shown how capital is spread in the area through new production- and consumption patterns in the aftermath of involvement in tourism, and thus how some economic mechanisms within the activities in Deqin County today may lead to a spread of capital in the region.

My main focus has been on how tourism is affecting the local population that is taking part in tourism today. It is interesting to see that involvement in tourism has led to less economic differences within the villages that I have studied. Mingyong, Xidang and Yubeng are all engaged in tourism through horse-transport of tourists, and due to their organization of this work the income gap has *decreased* after involvement in tourism. The increased economic standard has also led to other socio-cultural effects. Among these are the increase of young villagers who receive higher education, better living standards through new and better housing, and new production- and consumption patterns. Other interesting socio-cultural changes that informants claim to be effects of tourism, are new gender-relations and work-patterns. The men do not have to migrate in order to earn money for the household, and the horse-activity that many of my informants are involved in, has given new opportunities for women to be engaged in capital-generating activities.

My informants tell that tourism takes up so much of their time that they seldom have time to perform traditional Tibetan dance and song among themselves. Few are wearing traditional Tibetan clothes, although women are often wearing traditional skirts and colorful threads in their hair. The decrease in cultural markers as these, are to some extent influenced by tourism, especially through demonstration-effects (Williams 2009). But a greater acculturation-process from the Han-majority's China is likely to have far greater influence over the cultural changes that have been, and still are, taking place in the Tibetan dominated Deqin County: -One informant from Mingyong Village said that they had not been wearing traditional Tibetan clothes since the cultural revolution. On the contrary, tourism may have positive effects when it comes to ensuring the local ethnic expression in Deqin County. Harrell (2001) has argued that tourism is an important reason why local traditions and values are again flourishing in China. This is seen through activities that enable the indigenous people to earn a living based on their cultural capabilities, such as local handicrafts and art, song and dance performances, reconstruction of traditional house structures and local beverage- and food traditions. I was also told that the tourist season is hectic, but profitable, so that during the winter and early spring, when the tourists are mostly absent, they have time to act out Tibetan traditions. The better economy has also enabled more of the local people to make pilgrimage to Lhasa in Tibet, which is considered as the holiest pilgrimage for the Tibetan Buddhists.

In this thesis I have discussed how both local nature and culture are commodified through tourism. The economy is improving and the local people in my focus areas are pleased with the development. Tourism has produced an arena where tourists can experience Tibetan history and identity, and both local people and the local government of Deqin County benefit economically from this. On the other hand, tourism is not only an industry where tourists get to experience the 'Tibetan expression', and where local people earn money on this. Commodification of place and culture is about more than economical aspects. Kolås (2008: 120) points out that tourism also is "*a stage where locals can act out their own visions of Tibetan identity, vis-à-vis Han Chinese as well as other minorities*". My empirical

findings confirm this. Through commodification-processes places are given new dimensions, which increase the awareness of local identity and affiliation. Tourism creates an arena where the local people can revive Tibetan culture and reinvent their ethnic identity, which can strengthen a common identity in the local community. This contributes to a stronger focus on the support and further development of local Tibetan traditions in Deqin County.

Vedlegg 3. Summary in Chinese

中文摘要

本文的写作是建立在2009年秋天于德钦县所做的田野调查基础上的。德钦县位于中国南方云南省西南部的迪庆藏族自治州境内，拥有常住人口59

569人，其中，80%的人口是藏族。我的研究主题是旅游与当地发展。我试图发现的问题是德钦当地政府为了实现经济增长和当地发展，为什么希望发展旅游产业，以及他们现在为了实现这一目标是怎样做的。这样一来，首先理解此种行为之后的动机，并且研究德钦县进一步发展的战略就成了必然。在人口的主要构成为藏族的背景下，我也想试图发现在德钦县由于当地政府优先发展旅游业的政策是怎样影响当地居民的。最近的旅游业增长或许给了我们旅游怎样影响当地文化和人们行为方式的暗示。基于上述提到的研究主题，我延伸出了以下两个主要问题。

· 德钦县为什么会发展旅游业，并且怎样付诸实施，发展旅游业？

· 德钦的当地居民是怎样在经济和社会文化方面被旅游业所影响？

为了回答这两个问题，我发现有一个高质量的方法论指导是必不可少的，这个方法论应当包括访谈，观察和资料分析。我的数据收集过程的主要部分是以高质量的访谈为基础的。在获取资料时，有来自迪庆藏族自治州政府和德钦县政府线人的官方资料。除此之外，我也访谈了在德钦县从事旅游业的各种人群，例如餐馆和宾馆的老板，司机和当地导游。还访谈了旅游者和朝圣者，当地旅游机构和学术机构的相关人士。我对当地人所做的访谈主要集中在六个地区：德钦县城，飞来寺村，明永村，西当村，雨崩村，茨中村。在中文翻译的帮助下，共做访谈51人。

关于旅游的理论，有以下几个理论视角和相关概念。以下定义我使用的是世界旅游组织对旅游的官方定义：“所谓旅游，是一种为了休闲、商业和其他目的，去到并且留在他们平时生活环境之外的地方不超过连续一年的活动。”在这篇论文中使用的许多理论方法和定义来自于诸多不同学术领域的不同学术权威。乌里（1990）和麦克康纳尔（1972，1976，1992）是在旅游著作方面有所建树的重要学术人物。我所侧重的旅游著作是乌里的“聚焦旅游”和麦克康纳尔的“表面的真实”。在这篇文章中的两个重要理论视角是商品化和真实性。后者在旅游的相关理论中已经被讨论过许多，并且在我的文章中关于此问题的探讨所运用的部分理论来自格林伍德（1989），戈夫曼（1959）和麦克康奈尔。商品化是指当某个东西变成一种商品，并且因此成为一个可以买卖的客体的过程。这表明可以销售的物品是一种被置于消费市场的产品，它以可能的经济利益为驱动力。伍兹如下描述商品的定义：“当一种物品的交换价值超过其使用价值时，换句话说，物品价值会以其在实际使用价值之上的文化和艺术原因所产生的价值所体现。”我也采用了谭（2001）和哈兰德关于旅游策略方面的代表观点。

对于我的第二个研究问题，主要是关于经济和社会文化变迁的理论方法。个体经营和商品化是德钦县旅游业经济发展的两大驱动力。我也已经了解到像赫伯尔（2007）、库拉斯（2008）和华尔（2009）的相关论著。基于西斯查曼的经济学滴入理论，我也在尝试着证明资本是怎样从与旅游直接相关的村落扩展到与旅游无直接关系的村落。示范效应和文化融合过程是社会文化变迁的两个重要方面。特别是根据威廉姆斯的观点（2009），在当地人怎样和与旅游相关的改变相适应方面，示范效应发挥着重要作用。这种观点认为，当地人态度、价值观、和行为方式的改变与他们对于旅游者的观察息息相关。

旅游业可能会扮演一个不利于当地传统和价值观重新繁荣的角色的观点，也引起了一定的争议（哈拉尔 2001）。谭（2001）指出旅游业不会制约当地经济发展，它能在少数民族中文化与社会两方面有着积极的滞后作用。

在我的背景介绍章节中，我详尽地介绍了社会主义制度下的中国少数民族的发展和汉族对于其他民族的同化。为了理解当地政府、个体商户和德钦的当地人正在为在本地区建立一个可持续的旅游业而共同努力，本章中我也提到了藏族和汉族的关系。根据威廉姆斯的观点，我也注意到了在中国，政府在社会经济生活的方方面面所发挥的重要作用，以及德钦县政府是怎样成为当地经济增长和发展的中心因素。

在我的分析中，描述了德钦旅游业的总体状况，并且列出了关键的统计数据和发展规划，这些资料都是以官方文献和对当地政府的访谈作为支撑的。在这个地区，旅游业似乎是经济发展的重要因素。在过去的十年中德钦县的旅游业发展缓慢，并且这种趋势似乎还在延续。在当地政府发展规划中，旅游业是当地政府未来几年经济进一步发展的基石，他们对旅游发展促进经济发展的信念坚定不移。

正在建设中的德钦古城是一个重要工程，它是吸引游客来德钦的保证。这以游客希望经历不同的事情和所谓的“真实”为前提，古城代表着德钦。但问题是这是一个像天气一样谁都可以看得出来的策略，因为它是以云南省西北部地区相同策略为基础的。

另外的挑战是使新的古城变成一个真实的地方，即它能让游客觉得这座古城完全是真的，而不是仿制的。德钦古城的发展对整个德钦旅游的发展至关重要。

另一个确保当地旅游业进一步发展的策略是基础设施的发展。有了更好的路，游客才能更容易地来到德钦旅游。游客增多了，对宾馆住宿的要求也会增加，就会带动水电的利用。当地政府称由于基础设施的发展，德钦当地老百姓也会从中获益。实现更好发展的当地经济，很大程度上是由于旅游业发展，增加了对例如像健康和教育这样的公共产品的需求，对于德钦县当地政府来说，旅游似乎是一个为了在无法协调当地社会和谐的情况下采取的一种便捷的政治策略，因为当地人对旅游一直持积极态度。旅游业的发展给当地人创造了直接加入旅游业的机会，并且也为当地人和当地政府的经济发展提供了可能。

许多村子经济发展迅速，像飞来寺村、明永村、西当村和雨崩村在过去几年发展迅速。明永村的年平均收入现在已经达到6000元左右，而在旅游开发之前只有5000—6000元左右。这样的经济增长被当地居民深刻体会着。但是，有旅游业的村子与没有旅游业村子之间的收入差距正越拉越大。德勤当地政府也意识到了这一点，称德钦现在经历的经济发展的第一阶段是一种正常发展状态。德钦县政府的一个重要任务就是要保证全部人口能够从旅游带动的经济发展中获益。在我的分析中，我证明了资本通过旅游所导致的相关新的产品和消费方式迅速扩散，还证明了当今德钦在存在上述方式的经济体制中是怎样导致了本地区资本的扩张。

我的主要关注点是旅游怎样作用于那些参与到旅游经济活动中的当地人。有趣的是，我们可以看到某些我们研究过的村子中，旅游使他们村民之间的收入差距越来越小。明永村，西当村和雨崩村都是靠牵马带游客上山的方式赚钱，由于村委会在马队方面的有序组织，旅游开发之后，收入差距较小。日益提高的经济水平也产生了一些社会文化效应。年轻村民接受更高教育的人数增加，他们也建了更好的新房子，买到了新的生活产品，产生了新的消费模式，生活水平得到了提高，其他有趣的社会文化变迁也是因为旅游的作用，比如工作类型的改变和新的性别关系。男人不需要再像以前那样为了赚钱而外出打工，我的许多线人都参与了马队，这也给了女性参与资本生产活动的机会。

我的线人说旅游占据了他们很多的时间以至于他们极少有时间有专门的机会唱藏族歌曲、跳藏族舞。虽然藏族妇女经常穿传统裙子、在头发上扎彩带，但是几乎没有人穿传统的藏族服饰。传统文化标志的减少，从某种程度上说，是受旅游的影响，特别是受示范效应的影响。但是来自汉族的更大范围内的文化融合进程很可能对文化变迁产生更进一步的影响，并且会一直持续下去，并发生在德钦这样一个藏族人口居多的地区：明永村的一个线人说他们自从文化大革命一来就没一直没穿藏族服饰。而与之相反的是，当旅游可能保障德钦当地少数民族的文化表现时，旅游会起到一个积极地作用。哈拉尔（2001）已经提出旅游是不利于当地传统和价值观再次繁荣一个重要原因。通过当地的手工艺品、传统饮品和食物、艺术品、歌曲和舞蹈表演、传统住宅的重建，能使当地人赚很多钱，这一点再明显不过了。我也了解到，旅游的旺季是繁忙的，但利润可观，因此在冬季和早春，当旅游者不多的时候，他们便有时间来唱歌跳舞。收入的增加使更多的当地人有条件去被藏传佛教认为是最神圣的朝拜地的西藏拉萨朝圣。

在这篇文章中，我也讨论了由于旅游当地的自然和文化怎样被商品化。经济发展了，很多当地百姓对发展很满意。旅游业塑造了一个旅游者可以亲身经历藏族历史的领域，并且从经济角度讲，对德钦当地政府和老百姓都有好处。但是旅游业也不仅仅是游客体验藏族文化展示和当地人赚钱的产业。地区和文化的商品化不只体现在经济方面。库拉斯（2008：120）指出旅游也是藏族人民像汉族和其他少数民族一样展示他们文化和民族身份认同的舞台。经历过商品化过程的地方会被给予新的发展空间，能够增强当地的身份认同和关系认同意识。旅游能够创造一个当地人复兴藏族文化、重新创造少数民族身份认同、加强当地居民身份认同的域。也有助于我将焦点更有效地集中于德当地藏族的进一步发展。

Vedlegg 4. Intervjuguider

Intervjuguide – Lokale myndigheter Deqin County

1. Statistics / figures
 - Demographic figures (Deqin County). How many villages?
 - Tourism (How many tourists, hotels, restaurants. Now and before)
 2. Why do you wish to develop the tourist industry in Deqin?
 3. Do you get help to develop the tourist industry in Deqin?
 - From who? / How much do you decide yourselves?
 4. What are your (Deqin County) plans for the future?
 - Tourism strategies / what is Tibetan culture's place in this
 5. How do you promote Deqin for tourists/tourism? (Promotion strategies)
 6. Do you consider tourism to be important for the local development? How?
 7. How do you think tourism might affect the local people (villages in Deqin County)?
 - Economically/Socially/Culturally
 8. Have there been any reactions from the local people?
(regarding the development of the tourist industry in Deqin) – How?
 9. What do you think is the most important for the future of Deqin County, and the people living here?
-

Intervjuguide – Lokalbefolkning (eksempel)

1. How many households in Yubeng (and people)?
2. What is the most important way of income in Yubeng?
3. Has the way of income changed in the recent years? What did you do before tourism?
4. What is your household's yearly income? (what was it before tourism)?
5. Average income in Yubeng Village? (and before tourism?)
6. Is everybody in Yubeng engaged in tourist activity? Explain
7. Does everybody have horses for rent? How is this organized?
8. How has the development of tourist activity been?
9. What has changed most since you were engaged in tourism? (change in culture/activities/way of life)?
10. Do many young people of Yubeng attend education (after compulsory school)?
11. How are you practicing religion? Difference now and before tourism? Difference old /young people?

12. How are you practicing local traditions? How often do you dance and sing?

Intervjuguide - Tourist agencies (Shangrila, Lijiang, Kunming)

1. What are the most important tourist destinations in Deqin (Diqing TAP)?
 2. Has there been an increase in the number of tourists to Deqin over the last years? Why?
 3. What kind of tourists (where are they from / what are they interested in)?
 4. What kind of tours (trips) do you offer?
 5. How do you promote Deqin County to tourists? (commercials, what do you focus on)?
 6. Is Tibetan culture (/people) an important aspect of your promotion of Deqin area for tourists? How do you promote this?
-

Intervjuguide – Turister. (både innenlands- og utenlandsturister).

1. Where are you from?
2. Why did you choose to come here?
3. How is your experiences compared to what you expected?
4. How long are you travelling for / will you be here?
5. Have you been here before?
6. Do you think you will come back? - (Why/not?)

Intervjuguide - Pilegrimer

1. Where do you come from?
2. Why did you come here/ to Deqin?
3. Is it your first time here? (How many times?)
4. Will you be back? (- Why/not?)
5. Deqin has become a popular tourist destination for non-buddhist people. How do you feel about this?
6. Is your experience of your pilgrimage influenced by the large number of tourists?